

**GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ELEKTRONİK DERGİSİ**

ISSN: 1309-7423

**GÜMÜŞHANE UNIVERSITY
ELECTRONIC JOURNAL OF THE INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES**



SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KONGRESİ ÖZEL SAYISI
The Special Issue of Sustainable Tourism Congress

Cilt/Volume: 6 Sayı/Number: 14 Yıl/Year: 2015

GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ELEKTRONİK DERGİSİ

Cilt: 6
Sayı 14
Aralık 2015

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KONGRESİ ÖZEL SAYISI

Sahibi

Prof. Dr. İhsan GÜNAYDIN
Gümüşhane Üniversitesi Rektörü

Editörler

Yrd. Doç. Dr. Salih YILDIZ
Yrd. Doç. Dr. Abdurrahman ALTUNTAŞ

Dergi Sekreteryası

Arş. Gör. Şerife DEMİRELLİ
Öğr. Gör. Özlem SEKMEN

İletişim Adresi

Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi Sekreteryası
Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Bağlarbaşı 29100 / GÜMÜŞHANE
Tel: 0456 233 7425 Dahili: 2203
Fax: 0456 233 7553 sbdergi@gumushane.edu.tr
<http://sbdergi.gumushane.edu.tr/>

ISSN

1309-7423

GUSBEEED



ve



Tarafından Taranmaktadır.

**HAKEM İNDEKSİ / REFEREE INDEX**

- Dr. A. Celil Çakıcı
Mersin Üniversitesi
- Dr. A. Mesud Küçükkalay
Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi
- Dr. Abdullah Ergin
Gazi Üniversitesi
- Dr. Abdülkadir Buluş
Selçuk Üniversitesi
- Dr. Abdülsamet Yaman
Ardahan Üniversitesi
- Dr. Adem Çaylak
Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
- Dr. Ahmet Hamdi Aydın
Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi
- Dr. Ahmet Hamdi Topal
Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Dr. Ahmet Tayfun
Gazi Üniversitesi
- Dr. Ahmet Vecdi Can
Sakarya Üniversitesi
- Dr. Ahmet Yatkın
Fırat Üniversitesi
- Dr. Akın Aksu
Akdeniz Üniversitesi
- Dr. Akyay Uygur
Gazi Üniversitesi
- Dr. Ali Berat Alptekin
Necmettin Erbakan Üniversitesi
- Dr. Ali Erbaş
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
- Dr. Ali Yavuz
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Ali Yaylı
Gazi Üniversitesi
- Dr. Alparslan Özmen
Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Dr. Arif Bilgin
Sakarya Üniversitesi
- Dr. Arslan Topakkaya
Erciyes Üniversitesi
- Dr. Arzu Kılıçlar
Gazi Üniversitesi
- Dr. Aşkın Keser
Uludağ Üniversitesi
- Dr. Aybuke Ceyhun Sezgin
Gazi Üniversitesi
- Dr. Aydın Çevirgen
Akdeniz Üniversitesi
- Dr. Azize Hassan
Gazi Üniversitesi
- Dr. Azzem Özkan
Erciyes Üniversitesi
- Dr. Bahattin Özdemir
Akdeniz Üniversitesi
- Dr. Bayram Nazır
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Bekir Gövdere
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Beykan Çizel
Akdeniz Üniversitesi
- Dr. Bilal Gerekan
Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Dr. Bilal Yalçın
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Bilgehan Gülcan
Gazi Üniversitesi
- Dr. Birdoğan Baki
Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Dr. Burcu Kılınç Savrul
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
- Dr. Burçin Cevdet Çetinsöz
Mersin Üniversitesi
- Dr. Bülend Aydın Ertekin
Anadolu Üniversitesi
- Dr. Bülent Dilmaç
Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi
- Dr. Bülent Doğru
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Bülent Şık
Akdeniz Üniversitesi
- Dr. Bünyamin Er
Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Dr. Büşra Tosunoğlu
Gümüşhane Üniversitesi

-
- Dr. Celal Gülşen
[Fatih Üniversitesi](#)
- Dr. Celalettin Vatandaş
[Gümüşhane Üniversitesi](#)
- Dr. Cem Işık
[Atatürk Üniversitesi](#)
- Dr. Cemal Kurnaz
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Cemalettin Aktepe
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Cenap Çakmak
[Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Cevat Tosun
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Cüneyt Kılıç
[Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi](#)
- Dr. Demokan Demirel
[Niğde Üniversitesi](#)
- Dr. Derya Yayman
[Akdeniz Üniversitesi](#)
- Dr. Dursun Arıkboğa
[İstanbul Üniversitesi](#)
- Dr. Ebru Tarcan İçigen
[Akdeniz Üniversitesi](#)
- Dr. Ebru Temiz
[Niğde Üniversitesi](#)
- Dr. Ebru Tümer Kabadayı
[Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü](#)
- Dr. Ece Konaklıoğlu
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Egemen İpek
[Gümüşhane Üniversitesi](#)
- Dr. Ekrem Cengiz
[Gümüşhane Üniversitesi](#)
- Dr. Elbeyi Pelit
[Afyon Kocatepe Üniversitesi](#)
- Dr. Emel Yıldız
[Gümüşhane Üniversitesi](#)
- Dr. Emine Çına Bal
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Emrah Cengiz
[İstanbul Üniversitesi](#)
- Dr. Ercan Yavuz
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Ercan Yılmaz
[Necmettin Erbakan Üniversitesi](#)
- Dr. Erkan Konyar
[İstanbul Üniversitesi](#)
- Dr. Erkan Özdemir
[Uludağ Üniversitesi](#)
- Dr. Erkan Taşkiran
[Düzce Üniversitesi](#)
- Dr. Erman Artun
[Çukurova Üniversitesi](#)
- Dr. Ersin Uzman
[Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi](#)
- Dr. Evren Güçer
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. F. Özlem Güzel
[Akdeniz Üniversitesi](#)
- Dr. Fatih Deyneli
[Pamukkale Üniversitesi](#)
- Dr. Fatih Yardımcıoğlu
[Sakarya Üniversitesi](#)
- Dr. Fatma Kurcan
[Akdeniz Üniversitesi](#)
- Dr. Fatma Okur Çakıcı
[Gümüşhane Üniversitesi](#)
- Dr. Fazıl Kırkbir
[Karadeniz Teknik Üniversitesi](#)
- Dr. Fazlı Yıldırım
[Okan Üniversitesi](#)
- Dr. Fehmi Karasioğlu
[Selçuk Üniversitesi](#)
- Dr. Ferhat Pirinççi
[Uludağ Üniversitesi](#)
- Dr. Figen Çam Tosun
[Bayburt Üniversitesi](#)
- Dr. Firdevs Feyza İnce
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Fulya Sarper
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Fügen Durlu Özkaya
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. G. Nilüfer Tetik
[Akdeniz Üniversitesi](#)
- Dr. Gökhan Erdem
[Ankara Üniversitesi](#)
- Dr. Gönül Alkan
[Dokuz Eylül Üniversitesi](#)
- Dr. Gülay Ekici
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Gülsemin Hazer
[Sakarya Üniversitesi](#)
- Dr. Gülten Eren Gümüştekin
[Dumlupınar Üniversitesi](#)

- Dr. H. Dilara Keskin
Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Dr. H. Dilek Sevin
Gazi Üniversitesi
- Dr. H. Gülçin Beken
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Hakan Koç
Gazi Üniversitesi
- Dr. Hakan Özden
Nişantaşı Üniversitesi
- Dr. Handan Çam
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Harun Arıkan
Çukurova Üniversitesi
- Dr. Harun Güngör
Erciyes Üniversitesi
- Dr. Hasan Alacacıoğlu
İstanbul Üniversitesi
- Dr. Hasan Ayaydın
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Hasan Ayyıldız
Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Dr. Hasan Mahmut Kalkışım
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Hasret Aktaş
Selçuk Üniversitesi
- Dr. Hayati Beşirli
Gazi Üniversitesi
- Dr. Hıdır Karaduman
Anadolu Üniversitesi
- Dr. Hilmi Yüksel
Dokuz Eylül Üniversitesi
- Dr. Hüsamettin İnaç
Dumlupınar Üniversitesi
- Dr. Hüseyin Altunbaş
Selçuk Üniversitesi
- Dr. Hüseyin Dalğar
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
- Dr. Hüseyin Gümüş
Gazi Üniversitesi
- Dr. Hüseyin Sabri Kurtuldu
Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Dr. Hüsne Demirel
Gazi Üniversitesi
- Dr. İbrahim Attila Acar
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. İbrahim Sirkeci
Regent's University
- Dr. İhsan Günaydın
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. İrfan Yazıcıoğlu
Gazi Üniversitesi
- Dr. İskender Peker
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. İsmail Çalık
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. İsmail Dülgeroğlu
Kırıkkale Üniversitesi
- Dr. İsmail Şahin
Necmettin Erbakan Üniversitesi
- Dr. İsmail Ulutaş
Siirt Üniversitesi
- Dr. İstemi Çömlekçi
Düzce Üniversitesi
- Dr. İzzet Yücetoker
Giresun Üniversitesi
- Dr. Kadir Arslanboğa
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
- Dr. Kadir Caner Doğan
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Kadir Sancak
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Kamer Kasım
Abant İzzet Baysal Üniversitesi
- Dr. Kurban Ünlüönen
Gazi Üniversitesi
- Dr. Levent Kösekahyaoğlu
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Levent Yahya Eser
Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Dr. Leyla Kırkpınar
Dokuz Eylül Üniversitesi
- Dr. Leyla Özgen
Gazi Üniversitesi
- Dr. M. Alparslan Küçük
Gazi Üniversitesi
- Dr. M. Ferhat Özbek
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. M. Hamil Nazik
Gazi Üniversitesi
- Dr. M. Muhsin Kalkışım
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Mehmet Barış Horzum
Sakarya Üniversitesi
- Dr. Mehmet Cural
Bülent Ecevit Üniversitesi

-
- | | |
|--|--|
| Dr. Mehmet Dikkaya
Kırıkkale Üniversitesi | Dr. Mustafa Aksoy
Gazi Üniversitesi |
| Dr. Mehmet Hanefi Topal
Gümüşhane Üniversitesi | Dr. Mustafa Gülmez
Akdeniz Üniversitesi |
| Dr. Mehmet Kurt
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi | Dr. Mustafa Ünver
Gümüşhane Üniversitesi |
| Dr. Mehmet Yeşiltaş
Gazi Üniversitesi | Dr. Mustafa Yıldırım
Akdeniz Üniversitesi |
| Dr. Mehmet Yüce
Uludağ Üniversitesi | Dr. Muzaffer Koç
İnönü Üniversitesi |
| Dr. Melek Yaman
Gazi Üniversitesi | Dr. Müzehher Yamaç
Namık Kemal Üniversitesi |
| Dr. Meltem Caber
Akdeniz Üniversitesi | Dr. Nazım Öztürk
Cumhuriyet Üniversitesi |
| Dr. Mert Topoyan
Dokuz Eylül Üniversitesi | Dr. Nazmi Avcı
Süleyman Demirel Üniversitesi |
| Dr. Metin Aksoy
Gümüşhane Üniversite | Dr. Necdet Konan
İnönü Üniversitesi |
| Dr. Metin Bayrak
Atatürk Üniversitesi | Dr. Nedim Yüzbaşıoğlu
Akdeniz Üniversitesi |
| Dr. Mevlüt Karakaya
Gazi Üniversitesi | Dr. Nihat Yılmaz
Gümüşhane Üniversitesi |
| Dr. Mikail Altan
Selçuk Üniversitesi | Dr. Niyazi Kurnaz
Dumlupınar Üniversitesi |
| Dr. Mitat Çelikpala
Kadir Has Üniversitesi | Dr. Numan Elibol
Ekişehir Osman Gazi Üniversitesi |
| Dr. Mohammed Maghaminia
Gümüşhane Üniversitesi | Dr. Nurşah Şengül
Akdeniz Üniversitesi |
| Dr. Muharrem Tuna
Gazi Üniversitesi | Dr. Okan Koç
Sakarya Üniversitesi |
| Dr. Murad Alpaslan Kasalak
Akdeniz Üniversitesi | Dr. Osman Çalışkan
Akdeniz Üniversitesi |
| Dr. Murat Ali Dulupçu
Süleyman Demirel Üniversitesi | Dr. Osman Emir
Karadeniz Teknik Üniversitesi |
| Dr. Murat Atan
Gazi Üniversitesi | Dr. Osman Karamustafa
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi |
| Dr. Murat Can Genç
Karadeniz Teknik Üniversitesi | Dr. Osman Okka
KTO Karatay Üniversitesi |
| Dr. Murat Çiftçi
Trakya Üniversitesi | Dr. Osman Pehlivan
Karadeniz Teknik Üniversitesi |
| Dr. Murat Delice
Emniyet Genel Müdürlüğü | Dr. Osman Titrek
Sakarya Üniversitesi |
| Dr. Murat Esmeray
Erciyes Üniversitesi | Dr. Ömer Torlak
KTO Karatay Üniversitesi |
| Dr. Murat Taşdemir
İstanbul Medeniyet Üniversitesi | Dr. Özgür Emre Koç
Hitit Üniversitesi |
| Dr. Musa Eken
Sakarya Üniversitesi | Dr. Özlem Özkanlı
Ankara Üniversitesi |

- Dr. Pınar Pınarcık
Düzce Üniversitesi
- Dr. R. Pars Şahbaz
Gazi Üniversitesi
- Dr. Ramazan Armağan
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Ramazan Cengiz Derdiman
Uludağ Üniversitesi
- Dr. Rasim Yılmaz
Namık Kemal Üniversitesi
- Dr. Recep Kök
Dokuz Eylül Üniversitesi
- Dr. Recep Öz
Erzincan Üniversitesi
- Dr. S. Sadi Seferoğlu
Hacettepe Üniversitesi
- Dr. Saime Küçükkömürler
Gazi Üniversitesi
- Dr. Salih Akkanat
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Salih Şimşek
Sakarya Üniversitesi
- Dr. Salih Türedi
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi
- Dr. Salih Yıldız
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Salim Şengel
Anadolu Üniversitesi
- Dr. Seçkin Gönen
Dokuz Eylül Üniversitesi
- Dr. Sedat Şimşek
Selçuk Üniversitesi
- Dr. Sefer Yılmaz
İçişleri Bakanlığı
- Dr. Selahattin Turan
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
- Dr. Selami Eryılmaz
Gazi Üniversitesi
- Dr. Selim Adem Hatırlı
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Selim Sanlısoy
Dokuz Eylül Üniversitesi
- Dr. Selma Meydan Uygur
Gazi Üniversitesi
- Dr. Sema Sevinç
Necmettin Erbakan Üniversitesi
- Dr. Semra Akar Şahingöz
Gazi Üniversitesi
- Dr. Serap Çabuk
Çukurova Üniversitesi
- Dr. Serdar Tarakçıoğlu
Gazi Üniversitesi
- Dr. Serkan Bertan
Pamukkale Üniversitesi
- Dr. Serkan Çınarlı
İzmir Üniversitesi
- Dr. Serpil Ağcakaya
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Serpil Aytaç
Uludağ Üniversitesi
- Dr. Sevil Bülbül
Gazi Üniversitesi
- Dr. Sezai Temelli
İstanbul Üniversitesi
- Dr. Sibel Selim
Celal Bayar Üniversitesi
- Dr. Soner Mehmet Özdemir
Kırıkkale Üniversitesi
- Dr. Suat Hayri Şentürk
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Suzan Şeren Karakuş
Gazi Üniversitesi
- Dr. Süleyman Seydi
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Şakir Sakarya
Balıkesir Üniversitesi
- Dr. Şebnem Aslan
Selçuk Üniversitesi
- Dr. Şevki Özgener
Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi
- Dr. Şuayıp Özdemir
Afyon Kocatepe Üniversitesi
- Dr. Tahir Albayrak
Akdeniz Üniversitesi
- Dr. Talip Türcan
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Tamer Keçecioğlu
Ege Üniversitesi
- Dr. Taner Acuner
Karadeniz Teknik Üniversitesi
- Dr. Tarhan Okan
Gümüşhane Üniversitesi
- Dr. Timuçin Kodaman
Süleyman Demirel Üniversitesi
- Dr. Tufan Özsoy
Gümüşhane Üniversitesi

-
- Dr. Uğur Akdu
[Gümüşhane Üniversitesi](#)
- Dr. Uğur Kaya
[Karadeniz Teknik Üniversitesi](#)
- Dr. Utku Özer
[Gaziantep Üniversitesi](#)
- Dr. V. Rüya Ehtiyar
[Akdeniz Üniversitesi](#)
- Dr. Veysel Bozkurt
[İstanbul Üniversitesi](#)
- Dr. Yakup Topal
[Gümüşhane Üniversitesi](#)
- Dr. Yalçın Arslantürk
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Yasemin Ersoy
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Yasin Boylu
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Yeşim Helhel
[Akdeniz Üniversitesi](#)
- Dr. Yıldırım Yılmaz
[Akdeniz Üniversitesi](#)
- Dr. Yılmaz Daşcıoğlu
[Sakarya Üniversitesi](#)
- Dr. Yusuf Alper
[Uludağ Üniversitesi](#)
- Dr. Yücel Sayılar
[Uludağ Üniversitesi](#)
- Dr. Yüksel Arslantaş
[Fırat Üniversitesi](#)
- Dr. Yüksel Öztürk
[Gazi Üniversitesi](#)
- Dr. Yüksel Pirgon
[Süleyman Demirel Üniversitesi](#)
- Dr. Zehra Toska
[Boğaziçi Üniversitesi](#)
- Dr. Zeki Akıncı
[Akdeniz Üniversitesi](#)
- Dr. Zerrin Ayvaz Reis
[İstanbul Üniversitesi](#)
- Dr. Zeynep Sezgin
[Ruhr-Universität Bochum](#)



İÇİNDEKİLER / CONTENTS

- 1.) Sürdürülebilirlik Kapsamında Termal Otel İşletmelerinde Atık Yönetimi
Uygulamaları: Sandıklı Örneği / *Waste Management Practices in Thermal Hotel Enterprises in The Scope of Sustainability: A Case of Sandıklı*
Ahmet Baytok
Elbeyi Pelit
Faruk Gökçe
Yusuf Gökçe 1 - 11
- 2.) Turistik Ürünlerin Pazarlanması: Innsbruck ve Gümüşhane Şehirlerinin Karşılaştırmalı Bir Analizi / *Marketing of Touristic Products: A Comparative Analysis Between City of Innsbruck and Gümüshane*
Bilal Yalçın 12 - 24
- 3.) Yönetimsel Bir Olgu Olarak Sürdürülebilir Turizm: Fethiye'deki Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri / *Sustainable Tourism as A Phenomenon of Management: The Opinions of Local Government and NGOs in Fethiye*
Cemal Artun
Onur Akbulut 25-38
- 4.) Sürdürülebilir Turizm Mi? Turizmde Sürdürülebilirlik Mi? Kavramsal Bir Tartışma / *Sustainable Tourism? or Sustainability in Tourism? A Conceptual Discussion*
Elbeyi Pelit
Ahmet Baytok
H. Hüseyin Soybalı 39-58
- 5.) Festivallerin Katılan Ziyaretçiler Üzerine Etkileri: Alaçatı Ot Festivali Örneği / *The Effects of Festivals on Festival Visitors: The Case of Alacati Herb Festival*
Esin Özkan
Samet Can Curkan
Engin Can Sarak 59-68
- 6.) Ekoturizm Kapsamında Seyahat Eden Tüketicilerin Çevreye Duyarlı Davranışlarının İncelenmesi: Ayder Örneği / *Examining Environmentally Responsible Behaviors of Customer Who Travel in The Context of Ecotourism: An Ayder Example*
Evren Güçer
Üzeyir Kement 69-82



- 7.) Otel İşletmeleri ve Seyahat Acentaları Yöneticilerinin Sürdürülebilir Turizme Bakış Açısı: Bir Alan Araştırması / *Sustainable Tourism Perspective of Hotel Business and Travel Agency Manager: A Field Research*
Gürkan Alagöz
Erkan Güneş
Abdullah Uslu 83-98
- 8.) Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Alternatif Konaklama İşletmelerinin Kullanılması: Yayla Evleri Örneği / *Usage of Alternative Lodging Businesses in The Context of Sustainable Tourism: The Case of Mountain Houses*
İsmail Kızılırmak
İbrahim Çifçi
Fazıl Kaya 99-109
- 9.) Doğu Karadeniz Bölgesindeki Otel Misafirlerinin Seyahat E-Yorumlarına Yönelik Bir İçerik Çözümlemesi / *Content Analysis of Online Travel Reviews on Eastern Black Sea Region's Hotel Businesses*
İsmail Kızılırmak
Zaid Alrawadieh
Sabina Aghayeva 110-121
- 10.) Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği / *The Efficiency Analysis of The Use of Cuisine Culture As Tourism Product: The Case of Ayder Tourism Center*
Nazım Çokişler
Ali Türker 122-136

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA TERMAL OTEL İŞLETMELERİNDE ATIK YÖNETİMİ UYGULAMALARI: SANDIKLI ÖRNEĞİ

Ahmet BAYTOK¹

Elbeyi PELİT²

Faruk GÖKÇE³

Yusuf GÖKÇE⁴

ÖZ

Bu çalışmanın amacı otel işletmelerinde sürdürülebilirlik uygulamalarını ifade eden yeşil otel uygulamasının önemli bir parçasını oluşturan atık yönetiminin uygulanma düzeyini, eksikliklerini, yönetsel uygulamalar bağlamında termal oteller açısından örnek uygulamalar ile ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında veriler, otel yöneticileri ile yapılandırılmış mülakat yöntemi ve araştırmanın gerçekleştirildiği termal otel işletmelerine yapılan ziyaretlerde atık yönetimi amaçlı var olan uygulamaların gözlemlenmesi yoluyla temin edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, işletmeler çevreye duyarlı atık yönetimi amaçlı uygulamaları kendi imkânları ve genel bilgileri doğrultusunda gerçekleştirmektedirler. Atık yönetimi kapsamında dikkate alınan temel hususlar, atıkların gruplandırılması, tehlikeli kimyasal atıklarının oluşumunun önlenmesine yönelik faaliyetlerdir. İlgili otel işletmelerinde yapılan gözlemler ve mülakatlar genel olarak değerlendirildiğinde, atıkların işletme içinde tekrar kullanımı ve geri dönüşümü konusunda yeterli çabanın olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, atık yönetimi, termal otel işletmeleri, Sandıklı.

WASTE MANAGEMENT PRACTICES IN THERMAL HOTEL ENTERPRISES IN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY: A CASE OF SANDIKLI

ABSTRACT

The aim of this study, from the the point of thermal hotels' view, is to demonstrate the implementation level and shortcomings of waste management in the context of administrative practices, which constitute an important part of green hotel practices under the sustainable managment practices. The data in this study were obtained through the semi-structured interviews with thermal hotel managers and observing the implementation of existing waste management practices in thermal hotel enterprises where this research is conducted. According to the results of this study, thermal hotels perform environmentally sensitive waste management practices in accordance with their own capabilities and general knowledge. The main issues, taken into account under waste management, are identified as the categorization of wastes, and precautions aimed at preventing the formation of hazardous chemical waste. When the observations carried out at hotels and interviews are evaluated, it was determined that there was not enough effort to re-use the wastes within the hotel and to recycle.

Keywords: Sustainability, waste management, thermal hotel enterprises, Sandıklı.

DOI: 10.17823/gusb.221

¹ Doç.Dr.; Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ahmetbaytok@aku.edu.tr

² Doç.Dr.; Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, elbeyipelit@aku.edu.tr

³ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, farukgokce@hotmail.com

⁴ Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, ysfgokce@hotmail.com

GİRİŞ

Çevre dostu yaklaşımlar benimsemek ve tüm uygulamalarında çevreye duyarlılık ruhuna sahip bir işletme olmak, günümüz iş yaşamında çok popüler ve moda bir uygulamadır. Azaltmak (reduce), tekrar kullanmak (reuse) ve geri dönüşümünü sağlamak (recycle) olarak ifade edilen 3Rs uygulamaları yoluyla günümüz işletmeleri enerji tüketimini azaltma, atıklarını minimize etme ve tutumlu olmaya çalışmaktadırlar (Kasavana, 2008: 140). Bu durum varlıklarının devamı için kaynak kullanımında sürdürülebilirlik ilkelerini benimsemenin hayati rol oynadığı konaklama işletmeleri içinde geçerlidir. Konaklama işletmeleri aslında çoğunlukla küçük ölçekli ve tek tek değerlendirildiklerinde çevreye olumsuz etkisi diğer sektörlerin işletmelerine göre az olan işletmeler olarak görülürler. Ancak bütün olarak etkileri ele alındığında küresel kaynaklar üzerinde önemli etkisi olan işletmelerdir (Kirk, 1995; Kirk 1998; Teng vd. 2012). Konaklama işletmeleri faaliyetlerini gerçekleştirirken yüksek miktarda enerji ve su tüketen ve atık oluşturan işletmelerdir (Erdogan ve Baris, 2007: 604). Konaklama işletmelerinin çevresel etkilerinin % 75’i dayanıksız malların, enerji ve suların aşırı tüketiminden kaynaklanmakta bunları hava, su ve toprağa emisyon salınımı izlemektedir (Maria-Eugenia vd. 2010: 467).

Atık yönetimi konaklama işletmelerinin çevre dostu olma ve sürdürülebilirlik uygulamalarını destekleyen yönetsel uygulamalardan birisidir. Konaklama işletmeleri örneğin yiyecek ve içecek bölümünde en fazla atık oluşturan işletmelerdir. Parfitt v.d (2013), İngiltere’de yaptıkları araştırmaya göre konaklama işletmelerinde bir yılda atık hale gelen yiyecek miktarı 920.000 tondur. Bu atıkların % 75’i önlenemez atıklardır (Parfitt v.d 2013 Akt. Pirani ve Arafat, 2014: 328). Bu aynı zamanda büyük bir parasal kayıp anlamına gelmektedir. Çünkü atık olarak çöpe atılan yiyeceklerin satın alınma bedeli, depolanması, hazırlanması (pişirilmesi) maliyeti oluşmaktadır. Konaklama işletmeleri yiyecek ve içecek başta olmak üzere birçok malzemenin atık yönetimi uygulamaları ile israfını azaltabilir, tekrar kullanımını ve geri dönüşümünü sağlayarak hem ekonomik fayda sağlayabilir hem de çevreyi korumaya destek olabilir. Bu doğrultuda gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde sürdürülebilirlik uygulamalarını ifade eden yeşil otel uygulamasının önemli bir parçasını oluşturan atık yönetiminin uygulanma düzeyini, eksikliklerini, yönetsel uygulamalar bağlamında termal oteller açısından durumunu örnek uygulamalar ile göstermektir.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizmin temel üst yapı arz kaynağını oluşturan konaklama işletmelerinin varolmaları, gelişmeleri ve varlıklarını devam ettirebilmeleri, çoğunlukla destinasyonun doğal kaynaklarına bağlıdır (Bohdanowicz, 2005: 188; Kirk, 1995: 3). Ancak turizm amaçlı doğal kaynak kullanımının sadece ekonomik yaklaşımla gerçekleştirilmesi doğal kaynakların tahrip olmasına, bozulmasına ve çekicilik özelliğini kaybetmesine neden olmaktadır (Wood, 2002; Demir ve Çevirgen, 2006; Tuna, 2007). Bu doğrultuda sürdürülebilir turizm kapsamında çevrenin korunması ve çevre bilincinin

geliştirilmesi amacıyla sektör işletmelerinin (özellikle konaklama) çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi son dönemlerde en fazla önem kazanan konulardan birisidir. Bu amaçla dünyada hem uluslararası (ISO 14000, Eco-Management and Audit Scheme-EMAS, Leadership in Energy and Environmental Design - LEED) hem de ülkeler düzeyinde (Green Key, Green Seal, China Green Hotel, Green Mark,) sektör işletmelerine yönelik belli standart uygulamalar geliştirilmiş ve geliştirilmeye devam etmektedir. Konaklama işletmelerinde Çevre Yönetimi amaçlı oluşturulmuş sertifika programlarına bakıldığında temel olarak enerji yönetimi, su yönetimi, atık yönetiminin temel kriterler olarak belirlendiği ve çevre yönetiminin en önemli aşamaları olduğu görülmektedir (Teng vd. 2012). Otel işletmelerinin çevre yönetimi uygulamalarında atık yönetimi, önemli alanlardan birisidir (Radwan, Eleri ve Minoli, 2010 176). Atık yönetimi “ürün ve hazırlık süreci planlaması ile başlayan ve satın alma politikası, stok kontrolü ve üretim planlaması birleşimiyle devam eden, genelde ise tüm faaliyet aşamalarını etkileyen bir süreçtir”. Bu sürecin iyi planlanması otel işletmelerine sadece atık miktarının azaltılmasını sağlamaz aynı zamanda materyal, kaynak, enerji ve para tasarrufu sağlar (Kirk, 1996: 102). Otel işletmeleri farklı türlerde (cam, metal, kağıt, plastik, bez, ahşap, tehlikeli atıklar, organik atıklar, yağ atıkları) çok fazla atık oluşturan işletmelerdir. Tablo 1, otel işletmelerinde tehlikesiz ve tehlikeli atıklar ile kaynaklarını göstermektedir. Tablo incelendiğinde en çok atık oluşan bölümlerin yiyecek ve içecek bölümü, kat hizmetleri ve teknik servis olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Otel işletmelerinde Tehlikesiz ve Tehlikeli Türlerde Atıklar

Tehlikesiz Atıklar		
Atığın Tipi	Bileşenleri	Kaynağı
Evsel Atıklar	Yiyecek/mutfak atıkları veya kirli kâğıtlar ve sarım rulolar, farklı malzemelerin karışımı rulolar	Otelin farklı bölümleri
Kartonlar	Paketleme	Otelin satın almaları ve diğer bölümler
Kağıt	Yazılı dokümanlar, broşürler, menüler, haritalar, dergiler, gazeteler	Yönetim, resepsiyon, misafir odaları, lokantalar
Plastik	Kutular, şişeler (tehlikeli madde içermeyen), evsel ürünler, değişik ürünler için tek kişilik porsiyonlama malzemeleri	Mutfak, lokantalar, barlar, misafir odaları, yönetim
Metal	Teneke kutular, soda kuruları, yiyecek konteynerleri, mayonez, domates konserve kutuları, reçel kapakları, alüminyum paketler	Mutfak, lokantalar, barlar, misafir odaları,
Cam	Şişeler, reçeller, küçük şişeler (flasks)	Mutfak, lokantalar, barlar, misafir odaları,
Bez	Masa örtüleri, yatak örtüleri, peçeteler, eşyalar, eski püskü eşyalar	Mutfak, lokantalar, barlar, banyolar, misafir odaları,
Ahşap	Ahşap paketler, paletler	Satın alma
Organik atıklar	Meyve ve sebze kabukları, çiçekler ve bitkiler, otlar, dallar ve yapraklar	Mutfak, lokantalar, barlar, misafir odaları, bahçeler
Tehlikeli Atıklar		
Bileşenleri		Kaynağı
Kızartma yağları		Mutfak, lokanta
Mineral yağlar		Teknik servis

Solvent kalıntıları	Teknik servis
Parlayıcı materyaller (gaz ve petrol türevleri)	Mutfak, bahçe, Teknik servis
Suni gübre ve kimyasallar (böcek, mantar, bitki ilaçları)	Bahçe
Temizleme kimyasalları	Teknik servis
Mürekkep kartuşları	Yönetim
Disketler ve CD'ler	Yönetim, misafir odaları
Piller	Teknik servis, yönetim, misafir odaları
Temizleme kimyasalları ve kuru temizlemede kullanılan solvent	Çamaşırhane
Floresan, neon ve uzun ömürlü lambalar	Teknik servis

Kaynak: Pirani ve Arafat, 2014: 31-322.

Otellerde her müşterisi günlük ortalama olarak yaklaşık 1 kg. atık oluşturmaktadır (Pirani ve Arafat, 2014: 320). Bu durum çevre yönetimi uygulamalarına göre farklılık göstermektedir. Örneğin Hindistan’da yapılan bir çalışmada bir oda başına ortaya çıkan atık 1.80 kg. olarak bulunmuştur (Wani ve Shah, 2013: 59). Amerika’da yapılan araştırmalar, otellerin oda başına 30 pound (1 pound= 453 gr) atık üretebildiklerini ortaya koymuştur (Hotels&Resorts, 2008). Otel işletmelerinde atık oluşumu; otelin tipi, misafir özellikleri, misafir ve çalışan aktiviteleri ve doluluk oranına göre değişim gösterir (Pirani ve Arafat, 2014: 322).Ancak atık oluşumu konusunda esas ilgi çekici olan iyi uygulanacak geri dönüşüm programı ile oluşan bu atıkların % 80’inin geri kazanılabilir olmasıdır (Hotels&Resorts, 2008). Hong Kong’taki atık yönetimi uygulamaları üzerine araştırma yapan Chan ve Lam (2001:378-380), araştırmalarında otel odalarında oluşan plastik atık miktarının oda başına 0.594 kg. olduğunu ve 1986 yılında 15.953 ton olan toplam oda atık miktarının 1996 yılında 31.605 tona yükseldiğini, lokantalarda her kuver başına atık miktarının 0.752 kg. olduğunu 1986 yılında 18.859 ton olan atık miktarının 1993 yılında en yüksek atık miktarı olarak 24.191 tona ulaştığını bulmuşlardır. 1986 -1996 yılları arasındaki dönemde otellerin ortaya çıkardığı toplam atık miktarının 34.811 tondan, 53.070 tona yükseldiğini belirten araştırmacılar bu atığın parasal değerinin ise 1986 yılında 9.36 milyon dolar iken on yılın sonunda 31.31 milyon dolara yükseldiğine dikkat çekmektedirler. İlgili araştırma verileri atık yönetiminin hem çevresel hem de finansal açıdan ne kadar büyük sonuçlar doğurduğunun göstergesidir. Özellikle belirtilen zaman diliminde söz konusu bu atık miktarındaki artış göz önüne alındığında, günümüzde bu olgunun ne kadar önemli olduğu ve üzerinde durulması gereken bir çevresel, yaşamsal tehdit olduğu anlaşılacaktır.

Atık yönetimi uygulamaları ancak turizm işletmeleri, yerel ve ulusal hükümet politikaları ve yasal düzenlemelerinin ortak çabaları ile başarılı bir şekilde uygulanabilir (UNEP, 2003). Örneğin Shanklin, Petrillose ve Pettay (1991: 65), işletmenin coğrafi konumunun atık yönetimi amaçlı hangi geri dönüşüm programının oluşturulması, geri dönüştürülecek materyallerin tipi ve programın başarısını doğrudan etkilediğini belirtmektedirler. Ayrıca araştırmacıların araştırmasındaki katılımcılar başarılı bir geri dönüşüm programında geri alma merkezleri, atık yönetimi taraflarının (toplayan ve geri alan işletme) geri dönüşüm programına katılıma istekli olmaları ve etkili çalışan eğitim programı oluşturmanın başarıda belirleyici olduğuna dikkat çektiğini vurgulamaktadırlar. Atık yönetimi

uygulamalarında en etkili ve en ekonomik yöntem atık önlemedir. Atık önleme ürünlerin satın alınma aşamasında başlamalıdır (United Nations Environment Programme-UNEP, 2003; The Georgia Hospitality Environmental Partnership-GHEP, 1996). Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından otel ve yiyecek içecek işletmelerine yönelik hazırlanan kılavuz’da atıkların azaltılması için öneriler konaklama, yeme içme, açık alanlar ve yönetim ofisleri altında gruplandırılmakta ve yeşil satın alma ilkelerine göre satın almaların gerçekleştirilmesi önerilmektedir. Kılavuzda katı atık yönetimi yöntemleri kapsamında öncelikle atık denetimi önerilmekte ve bunun iki aşamalı olarak gerçekleştirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Birinci aşamada işletme tarafından üretilen katı atığın miktarı belirlenmekte, ikinci aşamada ise geri dönüştürülebilir ve geri kullanılabilirlik oranları belirlenmektedir. Katı atık yöntemleri olarak tekrar kullanma (reuse), geri dönüştürme (recycling) ve geri kazanım (recovery) ve bunların gerçekleştirilebilmesi için nelere dikkat edilmesi gerektiği konusunda bilgiler yer almaktadır. Örneğin eğer kağıt ve yiyecek atıkları birbirinden ayrılmaz ve aynı yerde biriktirilirse ne kağıt geri dönüşüme gönderilebilir, ne de yiyecek atıkları hayvan besleme amaçlı tekrar kullanılabilir veya doğal gübre (compost) yoluyla geri kazanılabilir (UNEP, 2003). Bu nedenle atık yönetimi uygulamaları diğer paydaşlar ile işbirliği ve işletme içi üst yönetimin desteği ve çalışanların katılımı ile yürütülmeli ve bir sosyal sorumluluk anlayışı ile ele alınmalıdır.

II. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı otel işletmelerinde sürdürülebilirlik uygulamalarını ifade eden yeşil otel uygulamasının önemli bir parçasını oluşturan atık yönetiminin uygulanma düzeyini, eksikliklerini, yönetsel uygulamalar bağlamında termal oteller açısından durumunu örnek uygulamalar ile göstermektir. Araştırma konusunun altyapısını oluşturan yeşil otel uygulaması ile ilgili batı literatüründe yapılmış çalışmalar bulunmakla birlikte, ülkemizde ilgili alanda yapılmış çalışmalar sınırlı sayıda bulunmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın termal konaklama işletmelerinde yapılması ile hem çevre dostu uygulamalara dikkat çekilmiş hem de çevre dostu uygulamaların yönetsel açıdan uygulanma düzeyi ortaya konulmuş ve duyarlılıklar tespit edilmiş olacaktır. Araştırma, bir örnek olay çalışması olduğu için elde edilen verilerin genelleştirilmesi güç olmakla birlikte çalışma ile elde edilecek veriler doğrultusunda, diğer termal işletmelerde (farklı bölgeler ve sınıflarda) ve farklı işletme türleri ile termal işletmeler arasında gelecekte yapılacak çalışmalar için bir ön çalışma olması bakımından önemlidir.

III. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma kapsamındaki veriler literatürde yer alan uygulamalar ve Kültür ve Turizm Bakanlığının Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi (Yeşil Yıldız) kriterlerindeki atık yönetimi bölümü dikkate alınarak oluşturulmuş yarı yapılandırılmış görüşme sorularının işletme yöneticileriyle, işletmeler ziyaret edilerek elde edilmiştir. Araştırma alanı olarak önemli bir termal turizm

destinasyonu olan Afyonkarahisar'ın Sandıklı ilçesindeki termal otel işletmeleri seçilmiştir. Araştırmada bu bölgenin seçilmesindeki temel etkenler, özellikle Afyonkarahisar'ın termal otel işletmeciliği başta olmak üzere ülkemizin önemli turizm potansiyelini barındırması ve bu doğrultuda da Sandıklı'nın bu potansiyelde Afyonkarahisar'ın en önemli ilçesi konumunda bulunmasından kaynaklanmaktadır. Böylelikle özellikle Afyonkarahisar merkezde faaliyet gösteren termal otel işletmelerinin yavaş yavaş Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın uygulaması olan "Yeşil Yıldız" uygulamasına geçmiş olmaları (belgesi almış olmaları), bunun aksine Sandıklı'daki otel işletmelerinde henüz böyle bir girişimin olmaması, hem bu konudaki mevcut durumun ölçülmesi, hem de yeşil yıldız alma noktasında söz konusu işletmelerin teşvik edilmesi noktasında önerilerin geliştirilmesi de araştırmanın bu bölgede gerçekleştirilmesinin nedenleri arasındadır. Yine, Sandıklı bölgesindeki otel işletmeleri üzerinde böyle bir araştırmanın daha önce gerçekleştirilmemiş olması ve araştırmacıların Afyonkarahisar'da ikamet etmeleri özellikle otel işletmeleri yöneticileri ile veri toplama/görüşme noktasında kolaylıklar sağlayacağı hususu da bu bölgenin araştırma alanı olarak seçilmesinde etkili olan nedenler arasındadır. Bu doğrultuda Sandıklı'da bulunan iki adet Bakanlık Belgeli beş yıldızlı otel işletmesi araştırmanın uygulama alanlarını oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında veriler, otel yöneticileri ile yarı yapılandırılmış mülakat yöntemi ile elde edilmiştir. Söz konusu mülakatlar öncesi ilgili otellerde yönetici/sorumlu olarak çalışan kişilerle önceden alınan randevu doğrultusunda toplantı ayarlanmış ve oteller ziyaret edilerek, otelin tüm yönetim kademelerindeki sorumluların (her otelde en az 6 yönetici) katılımıyla bir toplantıda yüz yüze görüşme yapılarak, konu hakkında oteller hakkındaki uygulamaların neler olduğu sorulmuş ve cevaplar kayıt altına alınarak yorumlanmıştır. Ayrıca ilgili otel yöneticilerinden alınan izin doğrultusunda işletmelere yapılan ziyaretlerde atık yönetimi amaçlı var olan uygulamaların gözlemlenmesi olanağı da bulunmuştur. Elde edilen veriler, araştırmanın amacı doğrultusunda, konuyla ilgili örnek uygulamalar ve literatür bilgileri doğrultusunda yorumlanarak öneriler geliştirilmiştir.

IV. BULGULAR

İşletmelere yönelik atık yönetimi amaçlı ne tür uygulamalar gerçekleştirdiklerini tespit amaçlı yapılan çalışmalara ait bulgular dört başlık altında sunulmuştur. Öncelikle ilgili işletmelerde çevre yönetimi amaçlı gerçekleştirilen genel uygulamaların neler olduğu ortaya konulmuş, daha sonra atık yönetimi kapsamında gerçekleştirilen uygulamalar atıkları azaltma, atıkların tekrar kullanımını sağlama ve atıkların geri dönüşümü amaçlı yapılan uygulamalar olarak ortaya konulmaya çalışılmıştır. Türkiye'de otel işletmelerinde çevre yönetimi kapsamında Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi (Yeşil Yıldız) uygulaması bulunmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen otel işletmeleri yeşil yıldız belgesi sahibi değildir.

A. Otellerde Atık Yönetimi Uygulamaları

Önceki bölümde de vurgulandığı gibi ilgili işletmeler, yeşil yıldız belgesine sahip olmayan işletmelerdir. Bununla birlikte işletmelerin çevre yönetim planları bulunmaktadır. Bu kapsamda işletmelerde su tüketimi, ısıtma ve soğutma ve enerji tüketimi, kimyasalların kullanımlarının izlenmesi ile ilgili veriler düzenli olarak toplanmakta ve takip edilmektedir. Ancak işletmelerin atık yönetimine ait verileri konaklama yapan misafir sayısına göre toplanmamaktadır. (Bu araştırma amaçlı atık yönetimine ait verilerin analizinde miktar ve parasal değer amaçlı değerlendirme yapmayı güçleştirmektedir.) Araştırma yapılan işletmelerden bir tanesinin TSE belgesi, Pis Su Arıtma Belgesi çevre yönetim sertifikası bulunmaktadır. Diğer işletme ise çevre yönetimi sertifikası alma konusunda girişimlerinin yasal prosedürler düzeyinde devam ettiğini belirtmektedir. İşletmelerde misafir odalarında misafirleri çevreye duyarlılık konusunda bilgilendirme amaçlı uyarılar (atıkların ayrıştırılması amaçlı) bulunmamaktadır. Dezenfektanların sadece hijyen gerekliliği halinde kullanılması durumu her iki işletmede de uygulanmamaktadır. İşletmede oluşan atık suların iyileştirilmesi amaçlı arıtma tesisi yapılanması sadece bir işletmede bulunmaktadır. Ancak ilgili işletme su arıtma işleminden sonra arıtılmış suyu (bahçe sulama vb.) amaçlı kullanmamakta sadece arıtarak sisteme vermektedir. Bunun temel sebebi olarak tesisin ilk yapım aşamasında bu durum düşünülmediği için artırılmış suyun kullanılabilmesi için yeni inşaat çalışmalarının gerekliliği ve bunun maliyetinin yüksekliği sebep olarak ifade edilmektedir. Her iki işletmede de bahçe düzenlemesi organik esaslara göre gerçekleştirilmektedir. İşletmelerin atık yönetimi kapsamında yönetsel uygulama olarak dikkat ettikleri bir diğer husus işletmelerde kullanılan tuvalet kâğıtlarının ve ofis kâğıtlarının çevreye duyarlı tip kâğıtlardan seçmeleridir. Atık yönetimi kapsamında her iki işletmede de atıklar türlerine göre toplanarak, kapalı bir alanda konteynerlerde koruma altına alınmaktadır. İşletmelerde temizlik maddeleri ve kimyasallar otomatik sistemle dağıtılıyor ve kullanımı sağlanıyor. İşletmeler atık yönetimi uygulamaları kapsamında çevre dostu kimyasallar kullanmaya özen gösteriyor ve solventler, kireç çözücü asitler ve lavabo açıcılar gibi tehlikeli kimyasalların kullanımı en az düzeyde tutuluyor.

B. Atık Azaltma

Her iki işletmede de genel duş ve tuvaletlerde ve ortak alanlarda tek kullanımlık malzeme(şampuan, sabun, duş bonesi, bardak, tabak vb.) kullanılmamaktadır. Benzer şekilde işletmelerde atık azaltmada tek kullanımlık (tereyağ, reçel, bal, peynir vb.) yiyecekler de kullanılmamaktadır. Atıkları azaltma amaçlı her iki tesiste idari işlerde kağıt kullanımını en aza indirme amaçlı elektronik yazışma, fatura ve adisyon sistemleri bulunmaktadır. Her iki işletme özellikle temiz suların kirlenmesinde çok etkili olan ve doğaya zarar veren mutfak yağlarının toplanmasına özel önem göstermektedirler. Her iki işletmeninde dikkat ettiği bir diğer husus yağ tutucuların sert kimyasallar kullanılmadan sıklıkla temizlenmesidir. İşletmelerde çamaşırhane,

bulaşıkhaneye ve diğer mekânlarda kullanılan temizlik kimyasalları büyük kaplarla (bidonlar) alınmaktadır.

C. Atıkların Tekrar Kullanımı

Mutfak bölümünde kalan sağlıklı yiyecekler her iki işletmede de personele verilmektedir. Ayrıca işletmelerden biri artan sağlıklı yiyeceklerin hayır kurumlarına verilmesini sağlamaktadır. Otelde faaliyet süreçleri esnasında oluşan atıkların tekrar kullanımı amaçlı (plastik, kâğıt ve cam) ayrımı personel tarafından yapılmaktadır. Kullanılmış malzemelerin satışı veya hayır kurumlarına bağışı yapılmamaktadır. İşletmelerde özellikle mutfakta oluşan organik atıkların ayrıştırılmaları yapılmakla birlikte bunların kompost veya biogaz amaçlı değerlendirilmesi yapılmamaktadır. Bu noktada işletme yöneticilerinin temel beklentileri yerel idarenin bu konuda öncelik alması ve bu uygulamayı gerçekleştirmeleridir.

D. Atıkların Geri Dönüşümü

Atıkların geri dönüşümünü sağlama amaçlı müşterilerin atıkları ayırabilmeleri için tesisin uygun yerlerine yeterli kutu ve bidon sağlama uygulaması sadece bir işletmede kullanılmaktadır. Her iki işletmede de personel tarafından zararlı atıkların diğerlerinden ayrılması sağlanmaktadır. İşletmelerin her ikisi de bu amaçla bir işletme ile sözleşmeli olarak çalışarak, ilgili işletme vasıtasıyla otelde oluşan geri dönüştürülebilir atıkların (mutfak yağlarının) değerlendirilmesine destek olmakta ve aynı zamanda atık azaltımını sağlamaktadır. İşletmelerden sadece bir tanesi çamaşırhane, bulaşıkhaneye ve diğer mekânlarda kullanılan temizlik kimyasallarının boş kaplarını satın aldığı işletmeye geri vermektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizm işletmelerinin büyük bir kısmının ölçeği küçük olsa da toplam olarak değerlendirildiklerinde ortaya çıkardıkları atık miktarı binlerce ton olabilmektedir. Bu atıkların oluşumu çevreye zarar vermenin yanında işletmelerin maddi yönden kayba uğramalarına da neden olmaktadır. Daha önceki kısımlarda vurgulandığı gibi otel işletmelerinde oluşan atıkların % 80'i geri kazanımı mümkün olan atıklardır. Bu nedenle atıkları azaltma, geri dönüştürme ve tekrar kullanma amaçlı geliştirilen atık yönetimi yöntemlerinin işletmeler tarafından kullanılması günümüz koşullarında kaçınılmaz bir zorunluluktur. Bu uygulamaları benimsemek sürdürülebilirlik kapsamında işletmelerin sosyal sorumluluklarından birisidir. Çevreye duyarlı politikaları benimsemek, işletmelere hem marka prestiji hem de bilinçlenen müşterilerin tercihlerinde öncelikli olma fırsatı sunacaktır. Hükümetlerin ve yerel idarelerin çevreye yönelik politikaları, kanunları ve diğer yasal düzenlemeleri bu hususta işletmelerin duyarlılıklarını arttırmada önemli bir yaptırım olacaktır. Ancak kamu

idaresinin aynı zamanda işletmelere yol gösterici ve destekleyici eylemlerde bulunması, çevreye duyarlı uygulamaların otel işletmeleri tarafından benimsenmesinde kolaylıklar sağlayacaktır.

Bu temel bilgiler doğrultusunda çevreye duyarlı konaklama tesisi belgesi olmayan, ancak Kültür ve Turizm Bakanlığında belgeli beş yıldızlı termal konaklama işletmelerinde atık yönetimi kapsamında tespiti yapılan mevcut var olan uygulamalar değerlendirildiğinde ortaya çıkan genel sonuçlar maddeler halinde şu şekil sıralanabilir.

- Atık yönetimi temel bir işletme politikası olarak değerlendirilmemektedir. Atıkların istatistikî kayıtlarının tutulmaması bunun en önemli göstergesidir.
- İşletmeler çevreye duyarlı atık yönetimi amaçlı uygulamaları kendi imkânları ve genel bilgileri doğrultusunda gerçekleştirmektedirler.
- Atık yönetimi kapsamında dikkate alınan temel hususlar, atıkların gruplandırılması ve tehlikeli kimyasal atıklarının oluşumunun önlenmesidir.
- Atıkların tekrar kullanımı ve geri dönüşümü konusunda işletme içi değerlendirme amaçlı yeterli çaba bulunmamaktadır.
- İşletmelerde uygulanan geri dönüşüm programları uluslararası standartlar ve uygulamalar dikkate alındığında yetersizdir.
- İşletmelerde işgörenler ve misafirlere yönelik sistematik bir atık yönetimi bilincinin kazandırılmadığı görülmektedir.
- Atık yönetiminin finansal açıdan oluşturduğu kayıpların izlenmediği görülmektedir. Oysa önceki örnekler bu bilgilerin tespitinin yapılması durumunda atık yönetiminin işletme yönetimleri tarafından daha ciddi ele alınacağına ispatıdır.

Ortaya çıkan temel veriler bazı bilgilerin eksiklikleri nedeniyle yeterli düzeyde sağlıklı değerlendirme yapmayı zorlaştırırsa da mevcut durumun ortaya koyduğu bilgiler doğrultusunda aşağıdaki temel önerilerde bulunulabilir.

- Otel işletmelerinde çevreye duyarlılığı sağlamada temel görev, hükümetlerin bazı çevre dostu uygulamaları tüm işletmeler için standart hale getirecek düzenlemeleri yapmasıdır.
- İşletme yöneticilerinin ve işgörenlerinin konu hakkında bilinçlendirilmesi ve bu amaçlı eğitimler verilmesi gerekmektedir.
- Turistlerin tüketici olarak bilinçlendirilmesi ve duyarlılıklarının artırılması bir diğer önemli konudur. Bunun sağlanmasına bağlı olarak işletme tercihlerinde çevreye duyarlılık önem kazanırsa bu, doğrudan işletmelerin yönetsel stratejilerini bu yönde değiştirmelerini sağlayacaktır.
- Yerel yönetimler sadece otellerin çöplerini toplamayı gerçekleştiren sorumlular değildir. Oluşan atıkların hangi amaçla değerlendirileceğini kıyaslama ile tespit etmeli ve bunun çözümünü ortaya koymalıdır. Bu amaçlı değerlendirmeler sonucunda ortaya koyacakları çözümlere otel işletmeleri destek verecektir.

- Atık yönetiminin birinci önceliği atığın oluşumunu engellemektir. Bunun belirleyicisi satın almadır. Uygun malzemenin uygun miktarda alınması ve depolanması, özellikle mutfakta ortaya çıkan birçok atığın oluşumunu ortadan kaldıracaktır. Bu doğrultuda atık yönetimi, satın almanın da önemli bir görevi olmalıdır.

- Çevre dostu ürünler ve ambalajların üretiminin yaygınlaştırılması ve tedarikçi ile otel arasındaki ilişkide hizmet sağlayıcıların özellikle boş kapları, kartonları, paletleri vb. geri alması, tekrar kullanım ve geri dönüşümün önemli bir kriteridir. Bu amaçlı uygulamaların politikalar ile teşvik edilmesi gerekmektedir.

Bu temel öneriler doğrultusunda belirtilen uygulamalar; kamu örgütlenmeleri, otel işletmeleri, turistler ve işgörenler tarafından benimsendiğinde sürdürülebilirlik kapsamında doğanın korunması anlamında faydalar sağlanacak, aynı zamanda ilgili taraflar çeşitli kazanımlar elde edeceklerdir.

KAYNAKÇA

- BOHDANOWICZ, Paulina (2005), “European Hoteliers’ Environmental Attitudes Greening the Business”, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, May, 46 (2), pp. 188-204.
- CHAN, Wilco W. - Joseph LAM (2001), “Environmental Accounting of Municipal Solid Waste Originating from Rooms and Restaurants in the Hong Kong Hotel Industry”, *Journal of Hospitality&Tourism Research*, 25(4). 371-385.
- DEMİR, Cengiz - Aydın ÇEVİRGEN (2006), *Ekoturizm Yönetimi*, Ankara: Nobel Yayın.
- ERDOĞAN, Nazmiye - Emin BARIS (2007). “Environmental Protection Programs and Conservation Practises of Hotels in Ankara, Turkey”, *Tourism Management*, 28, pp, 604-614.
- GHEP; (1996), *Waste Reduction in Hotels and Motels, A Guide for Hotel and Motel Managers*, <http://infohouse.p2ric.org/ref/04/03266.pdf>, (15.03.2015).
- HOTELS & RESORTS; (2008), *Green&Sustainability, Hotels& Resorts*, s.150.
- KASAVANA, Michael L; (2008), *Green Hospitality, Hospitality Upgrade, Summer*, 140-146, http://www.hospitalityupgrade.com/_files/File_Articles/HUSum08_Kasavana_GreenHospitality.pdf, (20.03.2015).
- KIRK, David; (1995), “Environmental Management in Hotels”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7(6), pp. 3-8.
- KIRK, David; (1996), *Environmental Management For Hotels, A Student’s Book*, Butterworth-Heinemann: Oxford.
- KIRK, David; (1998), “Attitudes to Environmental Management Held by a Group Hotel Managers in Edinburg”, *Hospitality Management*, 17, pp. 33-47.

-
- MARIA-EUGENIA, Ruiz-Molina - Irene GIL-SAURA - Beatriz MOLINER-VELAZQUES (2010), “Good Environmental Practices for Hospitality and Tourism: The Role of Information and Communication Technologies”, *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 21(4), 464-476.
- PARFITT, J., EATHERLEY, D., HAWKINS, R., BROWSE, G. (2013). “Waste In The UK Hospitality and Food Service Sector (Technical Report No: HFS001 – 00 6)”. *Waste and Resources Action Programme (WRAP)*, UK. Akt. PIRANI, Sanaa, I. – Hassan A. ARAFAT (2014), “Solid Waste Management in the Hospitality” Industry: AReview, *Journal of Environmental Management*, 146, pp. 320-336.
- PIRANI, Sanaa, I. - Hassan. A. ARAFAT (2014), “Solid Waste Management in the Hospitality” Industry: AReview, *Journal of Environmental Management*, 146, pp. 320-336.
- RADWAN, Hatem, R.I. - Jones ELERİ - Dino MİNOLİ (2010), “Managing Solid Waste in Small Hotels”, *Journal of SustainableTourism*, 18 (2), pp. 175-190.
- SHANKLIN, Carol W. - Michael J. PETRILLOSE - Amy PETTAY (1991), “Solid Waste Management in Selected Hotel Chains and Individual Properties”, *Hospitality Research Journal*, 15(1), pp. 59-74.
- TENG, Chih Ching - Jeou Shyan HORNG - MengLei HU (Monica) - Liang Han CHIEN - Ying-Chun SHEN (2012), “Developing Energy Conservation and Carbon Reduction Indicators for The Hotel Industry in Taiwan”, *International Journal of Hospitality Management*, 31, pp. 199-208.
- TUNA, Muammer (2007), *Turizm, Çevre ve Toplum*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- UNEP; (2003), *A Manual for Water and Waste Management: When theTourism Industry Can Do to Improve Its Performance*, Paris.
- WANI, Muzafar Ahmad - Shamim Ahmad SHAH (2013), “Magnitude of Seasonal Variations of Solid Waste Generation in Tourist Accomodation of Dal Lake”, *International Journal of Environmental Science*, 2(1), pp. 57-62.
- WOOD, Megan Epler (2002), *Ecotourism: Principles, Practices&Policies for Sustainability*, United Nations Publication, UNEP.



TURİSTİK ÜRÜNLERİN PAZARLANMASI: INNSBRUCK VE GÜMÜŞHANE ŞEHİRLERİNİN KARŞILAŞTIRMALI BİR ANALİZİ

Bilal Yalçın¹

ÖZ

Şehirler birer marka olmalarının yanı sıra farklı turistik ürünleri ile ön plana çıkmaktadırlar. Turistik ürünlerin tasarımı ve sunumu ile oluşturulan turistik değer şehirleri karşılaştırmak için bir ölçüt olarak kullanılabilir. Innsbruck ve Gümüşhane şehirleri hem iklim hem de yüzey şekilleri bakımından birbirleriyle çok benzeşmektedir. Özellikle iki şehir de dağlar ile çevrilidir ve şehirlerin ortalarından akarsu geçmektedir. İki şehrin kıyaslaması (benchmarking) daha çok sahip olunan benzer doğal kaynakların kullanımı üzerine yapılmıştır. Innsbruck'ta benzer turistik ürünlerin pazarlaması ve turizm sektörünün yerel ekonomiye katkısı yüksek iken Gümüşhane'de düşüktür.

Anahtar Kelimeler: Dağlık bölge turizmi, Kıyaslama, Yöresel kalkınma

MARKETING OF TOURISTIC PRODUCTS: A COMPARATIVE ANALYSIS BETWEEN CITY OF INNSBRUCK AND GUMUSHANE

ABSTRACT

Cities are as well as being a brand come into prominence with different touristic products. It can be used as a benchmark to compare the cities tourist value created by the design and presentation of the tourist product. Gumushane and city of Innsbruck are very similar to each other in terms of both climate and the surface types. In particular, the two cities are surrounded by the mountains and two rivers go through in the middle of the cities. The comparison of the two cities (benchmarking) has been carried out on the use of natural resources more similar which they owned. Marketing of similar touristic products and contribution of tourism industry to the local economy is low in Gumushane and high in Innsbruck.

Keywords: Tourism in mountain regions, Benchmarking, Local development

DOI: 10.17823/gusb.232

¹ Yrd.Doç.Dr., Gümüşhane Üniversitesi

GİRİŞ

Turizm sektörü; ulaşım, iletişim, pazarlama, üretim, hizmet, kültür ve sanat öğelerini içeren bir dizi değerle ve sektörle doğrudan bağlantılıdır. Türkiye, rakiplerinden geç girdiği bu pazarda oldukça önemli ilerlemeler kaydederek, 2014 yılı verileriyle, dünyada yaklaşık 37 milyon turist sayısı ile 6 ncı, turizm gelirleri açısından yaklaşık 34 milyar dolarla 12 nci ülke konumuna gelmiştir. Dünya turizmi her geçen gün biraz daha gelişmektedir. İletişim ve ulaşım sektörlerindeki gelişmeler, milletler arasındaki kültür alışverişini hızlandırmaktadır. Tüm dünyayı ve başka kültürleri tanıma merakı, dünyada insanı turizm hareketlerine yönelten sebeplerin artmasını sağlamaktadır. Dağlık bölgelerin kalkınması da, turizmin sürdürülebilmesinde saklıdır. Sürdürülebilirlik hem ekosistem ile uyum içinde olmayı hem de turizmi on iki aya yaymayı ifade etmektedir.

Seyahat aktivitesi, insanoğlunun var oluşundan bu yana en temel yaşam gereksinimlerinden biri olmuştur. Dağlık bölgelere seyahatler ve bu bölgelerdeki altyapı çalışmaları ile turistik aktivitelerin yoğunlaşmaya başlaması ülkemizde -Doğu Karadeniz ve Gümüşhane özelinde- son zamanlarda dikkati bu bölgelere çekmektedir. İnsanların genellikle hayvancılık için kullandığı bu alanlar turistik amaçlara da hizmet etmeye başlamıştır. Yaklaşık 2000-3000 metre yükselti kuşağında bulunan dağlık alanlar; yayla turizmi, ekoturizm, klimatizm (tedavi edici hava koşulları), alpinizm (dağ tırmanışı), kırsal turizm, göl turizmi ve kış turizmi gibi potansiyel turizm olanakları sunmaktadır. Fakat ülkemizdeki bu bölgeler ekseriyetle doğada yapılan keşfe yönelik yürüyüş (trekking), planlı yükseklerle yürüyüş (hiking), kamp-karavan turizmi, piknik gibi daha amatör rekreasyonel etkinlikler için kullanılmaktadır.

Dağlık bölge turizmi alanında öne çıkan bölge daha çok Orta Avrupa (İsviçre, Avusturya, İtalya, Fransa) olmuştur. Bu dağlık alanda turizm çevreye önem verilerek hazırlanan altyapı, üstyapı, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini içermektedir. Turizmin gelişmesi geniş ölçüde bu ülke halklarının kendilerinin ekonomik ve kültürel olarak turizm olayına katılmasıyla yükseliş sağlamıştır. Turizm sektörü, bu bölgelerde istihdam ve kalkınma potansiyeli yönünden daha çok ekonomik ağırlıklı görülmektedir. Ancak, ekolojik, sosyo-ekonomik ve kültürel bileşenler bütünü olan turizm olgusu, sürdürülebilir turizm, ekolojik turizm, yumuşak turizm (çevreye yüklenmeden), yeşil turizm, doğa turizmi, dağ turizmi gibi birbirine benzer kavramlar çerçevesinde, hem tartışılır hem de uygulanır olmuştur. Ekoturizmin ekonomik boyutunun ilgili olduğu temel kavram, sürdürülebilir yerel kalkındır ve bu kavram dağlık bölge ekosistemleri ve ekonomi arasında denge kurmayı, büyüme ve kalkınmanın doğal çevreyle uyumluluğunu amaçlamaktadır.

I. LİTERATÜR

Dağlar ve dolayısıyla çevresindeki vadi, plato ve yaylalar başlıca doğal turistik çekim merkezleridir ve sürdürülebilir gelişimleri küresel anlamda önemli bir konu başlığı haline gelmiştir (Fuchs, Peters ve Weiermair, 2002: 22). İlk kez 1992 yılında Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma

Konferansı'nda dağlık alanların çevresel planlama ve sürdürülebilir kalkınma açısından önemli bir mücadele alanı olduğu tanımlanmış ve kabul edilmiştir. Dağ Forumu'nda (The Mountain Forum); bilgi değişimi, karşılıklı destek ile eşitliği savunucu yaklaşımlar ve ekolojik olarak sürdürülebilir dağlık alanların gelişimi tanımlanmıştır. Bu kapsamda paydaşların üstlenecekleri görevler ve dağlık bölgelerdeki çok seviyeli başarılı turizm yaklaşımları geliştirilmesine başlanmıştır. Birleşmiş Milletler, dağ ekosistemlerinin farkındalığının artırılması, dağlık alanlarda yaşayan yerel halkın kültürel mirasının savunulması, koruma ile ölçülü kullanımın geliştirilmesi ve dağlık bölgelerin sürdürülebilir kalkınması için 2002 yılını dağların yılı olarak ilan etmiştir.

Dağlık alanların yönetimi, gelişimi, çevresel sorunlar ve dağlık alanlarda turizmle ilgili çok sayıda araştırma yapılmıştır. Örneğin; Nepal ve Chipeniuk (2005) dağlık bölge turizmini kavramsal çerçevede incelemiştir. Goledner (1999) ve Williams (1994) araştırmalarında Kuzey Amerika Dağları'na odaklanmışlardır. Zimmerman (1998), Meyer (1995), Batzing ve Perlik (1995), Tschurtschenthaler (1986) Avrupa Alpleri'ndeki turizm etkilerini analiz etmişlerdir. Çevresel etkiler üzerine Geneletti ve Dawa (2009) Ladack bölgesindeki Hindistan Himalayaları'nı incelemiştir. Kitap bazında Godde, Price ve Zimmerman'ın (2000) Dağlık Bölgelerde Turizm ve Kalkınma (Tourism and Development in Mountain Regions) önemli bir eserdir.

Literatürde dağlık bölgelerdeki turizm gelişimini sürdürülebilirlik genel ilkeleri, ölçüm ve araçlarını temel alarak oluşturmak en temel söylem olarak görülmektedir. Dağlık alanlar tipik koşullar ve özellikler göstermektedir. Bu özellikler aynı zamanda Gümüşhane'nin de içinde bulunduğu bölge için geçerlidir. Bunun yanında literatürde benzer dağlık coğrafi koşullara sahip şehirlerin karşılaştırmalı analizleri sınırlı sayıdadır. Çalışmanın bir diğer önemi Gümüşhane ile herhangi bir şehrin bu bağlamda kıyaslamasının yapılmamış olmasıdır. Fuchs, Peters ve Weiermair (2002) adlı yazarlar Luger ve Innmann (1995) ile Sharma'nın (2000) çalışmalarından esinlenerek dağlık bölgeleri - özellikle Alp kuşağı - belirli ölçütler bağlamında turizm açısından değerlendirmişlerdir. Aynı zamanda Fuchs vd. oluşturdukları bu tablo literatürün kısa bir özeti sayılabilir. Bu ölçütler ve özellikler Tablo 1'de gösterilmiştir.

II. YÖNTEM

Bir kuruluşun performansını iyileştirmek amacıyla dünyanın herhangi bir yerinde en iyi uygulamalara sahip olmasıyla tanınmış diğer kuruluşların ürünlerini, hizmetlerini ve iş süreçlerini öğrenme ve kendi işletmesine adapte etme süreci kıyaslama olarak tanımlanmıştır (Pekdemir, 2000: 10). Kıyaslama (benchmarking) şehirler açısından düşünüldüğünde; şehirlerin kendi süreçlerini aynı ya da benzer nitelikte olan diğer şehirlerle belirlenmiş bir yönteme göre inceleyen, o süreçlerdeki uygulamalardan ders almaya çalışan ve bunu kesintisiz olarak yapan bir anlayış karışımına çıkmaktadır.

Benzer şehirler arasında lider olmak

Rakip şehirlere üstünlük sağlamak

Faaliyete geçmek

Yeni ve daha büyük hedefler belirlemek

En iyiden öğrenip şehre uygulamak

En iyiyi bulmak ve en iyi ile karşılaştırmak

Şekil 1. Kıyaslama Hiyerarşisi

Kaynak: Akat, Budak ve Budak, 2002: 133.

Innsbruck ve Gümüşhane şehirleri benzer coğrafi koşulların etkisi altında olan birbirine benzer iki şehirdir. Innsbruck zorlayıcı coğrafi ve iklim koşulları altında gelişme gösterirken talep edilen bir turizm destinasyonu olmuştur. Aslında benzer koşullarda dünya üzerinde çok farklı yerler de vardır. Fakat model ve kıyaslama açısından en iyileri belirlemek esas amaçtır. Innsbruck’un yanı sıra Amerika Birleşik Devletleri’ndeki Utah Eyaleti’nde bir şehir olan Salt Lake City bir diğer benzer en iyi örneklerden biridir. Innsbruck çok daha geniş bir biçimde dağlarla çevrili olmasından ve kıyaslamada en iyiden öğrenme açısından coğrafi yakınlığından dolayı en iyi örnek olarak seçilmiştir.

Şehirleri kıyaslarken öncelikle nüfus, yüzölçümü, iklim, turist sayıları, turistik çekicilikler gibi değişkenler tablolar halinde verilmiştir. Bunun için şehirlerin resmi turizm web sayfalarından, dokümanlardan faydalanılmıştır. İki şehrin mevcut durumları betimlenmiştir. Daha sonra Fuchs ve arkadaşlarının dağlık bölgeler için oluşturdukları karakteristikler ve çıkarımlardan faydalanılarak Gümüşhane özelinde değerlendirmelerde bulunulmuştur.

Tablo 1. Dağlık Bölgelerin Ayırt Edici Özellikleri ve Turistik Çıkarımları

Dağlık Bölgelerin Ayırt Edici Nitelikleri	Temel Özellikler	Uyum Özellikleri	Dağlık Bölge Turizmi Çıkarımları
1 – Ulaşılabilirlik	*Uzaklık *Sınırlı dış bağlantı *Pazarlardan izole *“Bölge” ekonomileri ve kültürleri	*Belirli pazarlarda kendine yeterli *Yüksek değer sunan küçük ölçekli üretim, küçük hacimli mallar ve hizmetler	*Doğa ve kültür temelli turizm (kayak, yürüyüş ve macera gezileri) *Yerel ulaştırmanın geliştirilmesi *Yerel kapasite ve ulaşım sistemlerinin geliştirilmesine yönelik ihtiyaç *Ulaşılabilirliğin devamı için ekonomik yönlü oluşan koruma davranışının artırılması
2- Kırılganlık	*Yoğun kullanım ile bozulabilen kırılgan kaynaklar *Düşük taşıma kapasiteleri	*Kaynakların korunması ve geri dönüşümü için yerel tekniklerin kullanımı	*Bakir/gelişmemiş bölge olmayı turizmde niş bir alan olarak kullanma *Çevreyi yenileyici aktiviteler ile istihdamı artırma *Belirli bir ölçek ile belirli turizm aktivitelerinin yapılması *Kabul edilebilir değişim / taşıma kapasitesi sınırlarını belirleme *Yerel ve destinasyon kaynak merkezli üretim yöntem ve sistemlerine önem verilmesi
3- Çeşitlilik	*Çeşitli kaynaklar ve çevre durumu *Fiziksel/biyolojik özellikler içinde büyük ölçekli mikro değişkenlikler *Birbirine bağımlı üretim merkezleri	*Çeşitli dağ-vadi tarım sistemleri *Çeşitli mikro-niş fırsatlar	*Belirli rekabetçi avantajları harekete geçirmek için mikro-çevreyi kullanma *Kırsal tarım ve kaynak yönetim biçimleri ile turizm arasında bağlantı oluşturma *Çok boyutlu kurumlara ve teknolojiye odaklanma (güneş vd. yenilenebilir enerjiler) *Geleneksel faaliyetlerin (el sanatları, zanaat) istihdam ve pazar potansiyeli
4- Niş	*Keşifler için çekim yerleri *Küçük ölçekli uzmanlaşma *Kaynaklar ve üretim faaliyetlerinde rekabet avantajlı alanlar	*Madencilik ve tomrukçuluk gibi faaliyetlere verilen geleneksel önem	*Turizm talebi ile bağlantılı büyük ve küçük üretim nişlerinin tanınması *Yöreye özel bahçe bitkilerinin, gıda üretiminin gelişimi, çevreye duyarlı küçük ölçekli çıkarma ve işleme faaliyetleri *Turizm pazarı için yüksek değer sunan, beceri temelli, yöre ve kültüre özel el işçiliği
5- Marjinalite	*Sınırlı öz kaynak ve üretim *Karar vericiler tarafından fazla önemsenmeme *Mübadele yönünden eşitsiz durumda olma	*Temel alanlarda kaynakların istismarı / nüfus, marjinal alanların kullanımı, bağımlılık	*Katılımcı karar alma ve yerel temelli turizmi geliştirme *Zorunlu kaynak yeniden yatırımları kullanılarak (turist gelirlerinin bir kısmı aktararak) kaynak koruma ve düzenleme *Yerel ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel gelişim için turizm yapma *Turizmin etkilerini geliştirmek, düzenlemek, izlemek için yerel düzeyde katılımcı kuruluşları geliştirme

Kaynak: Fuchs vd. 2002: 23.

III. BULGULAR VE TARTIŞMA

Gümüşhane şehri, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan, Türkiye'nin bir kuzey doğu ilidir. Doğuda Bayburt, batıda Giresun, kuzeyde Trabzon ve güneyde Erzincan ile komşudur. Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunur. Şehir hem ticaret yolu üzerinde bulunması hem de zengin yer altı kaynakları dolayısıyla uzun senelerdir insanoğlunun yerleşimler kurduğu bir bölge olmuştur. Gümüşhane'ye ait iki yüzölçümü değeri arasındaki farkın büyüklüğü arazinin dağlık ve engebeli olmasından kaynaklanmaktadır. İlin %59,6'lık bölümünü oluşturan dağlık alanlar genellikle il sınırları ile kuzey

kesimlerini kaplarlar (TÜİK, 2013). Şehrin içinden Harşit Çayı akar. Genel bir bakış açısı sağlaması açısından Innsbruck ve Gümüşhane şehirlerinin temel verileri Tablo 2’de sunulmuştur.

Tablo 2. Innsbruck ve Gümüşhane Temel Veriler

İçerik	Innsbruck	Gümüşhane
Nüfus (2014)	124.579 - 722.038 (Tirol)	52.628 (Merkez) - 146.353 (İl)
Yüzölçümü	104.91 km ² - 12.647 km ² (Tirol)	6.575 km ² - 10.227 km ² (gerçek alan)
İklim ve bitki örtüsü	Kışları soğuk yazları ılık	Kışları soğuk yazları ılık
Ortalama Rakım	570	1.210
Yüzey Şekilleri	Güneyi ve kuzeyi yüksek dağlarla çevrili	Güneyi yüksek plato; kuzeyi dar ve derin vadiler ile yüksek dağlar
Doğal kaynaklar	Güçlü flora ve fauna	Güçlü flora ve fauna
Ekonomi	Turizme dayalı	Tarıma dayalı
Konum	Vadide yer alır, denize kıyısı yok	Vadide yer alır, denize kıyısı yok
Ulaşım	Havayolu, demiryolu, karayolu	Karayolu
Turist Sayısı	1 milyonun üzerinde	111.000’in üzerinde

Innsbruck; Avusturya’nın batısında bulunan Tirol eyaletinin baş şehridir. Şehrin içinden Inn Nehri geçer. Bruck kelimesi ise köprü anlamındadır. Mottosu Alpler’in başkentidir. Alp Dağları ile çevrili ve geçmişten günümüze korunmuş mimarisi (Gotik, Barok ve Rokoko) ile dikkat çekmektedir. 1964 ve 76 yıllarında Kış Olimpiyatları’na; 2012 yılında ise ilk Kış Gençlik Oyunları’na ev sahipliği yapmıştır. Alp Dağları ve Karadeniz Dağları benzer özellikler taşımaktadır (Yılmaz, 2002: 4). Avusturya dolayısıyla Innsbruck Alp Sıra Dağları üzerinde yer alan bir yerleşim yeridir. Rönesans ile başlayan şehirdeki yenileme 1900’lü yılların başında şehrin her tarafını (dağları) teleferik ve funiküler ile donatarak devam etmiştir. Turistler için yürüyüş, tırmanma, kayak, dinlenme, yeme-içme mekânlarının oluşturulması ile etrafındaki dağları etkin ve verimli bir şekilde kullanır hale gelmiştir. Tablo 3’te Innsbruck turist verileri sunulmuştur.

Tablo 3. Innsbruck Yerli ve Yabancı Tahmini Turist Sayıları (2013)

Eyalet Başkenti	Toplam	Yerli	Yabancı
Viyana	12.719.289	2.326.952	10.392.337
Salzburg	2.552.424	702.660	1.849.764
Innsbruck	1.440.009	364.494	1.075.515

Kaynak: www.vien.gv.at (2013 yılı verileri)

Innsbruck Avusturya’da Viyana ve Salzburg’dan sonra en çok turist çeken şehirdir. Yabancı turist sayısı yerli turist sayısının 3 katından fazladır. Gümüşhane açısından bakıldığında turist verileri Tablo 4-5’te sunulmuştur.

Tablo 4. Gümüşhane Yerli ve Yabancı Tahmini Turist Sayıları (2013)

Bölge Şehirleri	Toplam	Yerli	Yabancı
Trabzon	2.709.732	1.945.017	764.715
Rize	649.417	581.000	68.417
Gümüşhane	111.229	105.362	5.867

Kaynak: İl Kültür Turizm Müdürlükleri (2013 verileri)

Doğu Karadeniz Bölgesi açısından bakıldığında Trabzon yaklaşık 3 milyon turist gelişle baş sırada yer almaktadır. Trabzon’u yaklaşık 650 bin turist sayısı ile Rize şehri takip etmektedir. Gümüşhane turist gelişleri açısından sahip olduğu kaynaklara göre daha yukarılarda olması gerekirken bu şehirlerin çok gerisinde kalmaktadır.

Tablo 5. Yıllara Göre Gümüşhane’ye Gelen Tahmini Turist Sayıları

Yıllar \ Turist Sayıları	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Yerli	62.221	69.954	70.307	73.503	77.829	84.778	103.162	105.362
Yabancı	149 - 1419	3.181	4.793	4.376	2.852	2.168	3.872	5.867
Toplam	62.370	73.135	75.100	77.879	80.681	86.946	107.034	111.229

Kaynak: www.tuik.gov.tr ve Gümüşhane İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

2013 yılı sonu itibariyle ziyaretçi sayısı toplam; 111.229 kişi olarak gerçekleşmiştir. Bu ziyaretçi sayısını 105.362 kişisini yerli, 5.867 kişisini yabancı ziyaretçiler oluşturmuştur. Ziyaretçi istatistikleri TÜİK’in havalimanlarında ziyaretçilerle gerçekleştirdiği 3 aylık anketler yardımı ile yaptığı projeksiyonlar ve Emniyet Genel Müdürlüğü verileri dikkate alınarak yapılmaktadır. TÜİK İki bin beş yüz kişiden az gözlem değerlerinde örnek büyüklüğü güvenilir tahminler için yeterli değildir demiştir. 2006 yılı için gözlem değeri belirtilenden küçüktür ve yabancı turist sayısı 1419 olarak öngörülmüştür. Müdürlüğü ise verisi 146 kişidir. Bu yüzden iki değer arası bir miktar gösterilmiştir.

Tablo 6. Gümüşhane İli Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri

YIL	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2006	1	37	73
2007	2	77	143
2008	2	77	143
2009	2	77	143
2010	2	77	143
2011	2	77	143
2012	3	102	173
2013	4	126	221

Kaynak: Bilgi edinme hakkı kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınmıştır.

2006 yılında Gümüşhane’de işletme belgeli tek bir otel faaliyet gösterirken bu gün işletme belgeli 2 yıldızlı 2 adet otel, 3 yıldızlı 2 adet otel olmak üzere toplam 4 adet işletme belgeli otel mevcut olup, bir adet de 4 yıldızlı zincir otelin inşaatına başlanmıştır. 2006 yılında Gümüşhane’de Seyahat Acentesi yokken 2014 yılı itibariyle 3 adet Seyahat Acentesi mevcuttur.

Tablo 7. Gümüşhane İli Mahalli İdarelerce Belgeli Konaklama Tesisleri

YIL	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2006	8	124	257
2007	10	163	343
2008	10	163	343
2009	10	152	312
2010	9	145	295
2011	9	145	295
2012	12	233	499
2013	12	233	499

Kaynak: Bilgi edinme hakkı kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan alınmıştır.

2006 yılında Gümüşhane’de mahalli idarelerce belgeli 8 konaklama tesisi faaliyet gösterirken bu gün mahalli idarelerce belgeli 12 adet tesis, 233 oda sayısı ve 499 yatak sayısı ile hizmet verilmektedir. Innsbruck şehrine baktığımızda ise booking.com’a kayıtlı yaklaşık 108 konaklama tesisi bulunmaktadır. Bunlardan 1 tanesi 5 yıldızlı; 23 tanesi 4 yıldızlı; 27 tanesi 3 yıldızlı; 5 tanesi 2 yıldızlı; 52 tanesi de yıldızsız tesislerdir. Turistik çekim yerleri açısından öncelikle Innsbruck’a bakıldığında çekim yerlerinin bir özeti Tablo 8’de görülmektedir.

Tablo 8. Innsbruck Turistik Çekim Yerleri

Çekim Yeri	Ana özelliği	Ürün İçeriği
Kuzeyparkı	Manzara, temiz hava, doğa	Teleferik ile çıkılan seyir, yeme-içme ve yürüyüş aktiviteleri
Bergisel Atlama Kulesi	Kayakla atlama organizasyonları için çok önemli bir spor mekânı	Kayakla atlama, kar kayağı (snowboard) vb. aktiviteler
Patscherkofel Dağı	Manzara, temiz hava, doğa	Yürüyüş, tırmanış, bisiklet aktiviteleri
Altın Çatılı Bina	Şehrin en önemli simgesi (Değerli ve nadir olması)	Değerli taştan yapılmış, ziyaret amaçlı gelişler
Hofburg Sarayı	Tarihi (15.yy)	İmparatorluk Sarayı / Kültürel ziyaret amaçlı gelişler
Eski Şehir	Tarihi (Ortaçağ)	Ortaçağ dönemi eserler / Kültürel ziyaret amaçlı gelişler
Karwendel Alpleri Doğa Parkı	Avusturya'nın en büyük doğa parkı	11 farklı temada korunmuş alan / Doğa turizmi ziyaret amaçlı gelişler
Ambras Kalesi	Tarihi (10.yy)	Sanat koleksiyonu / Kültürel ziyaret amaçlı gelişler
Innsbruck Katedrali	Tarihi (18.yy)	Barok Mimari / İnanç, Kültürel ziyaret amaçlı gelişler
Swarovski Mağazası	Dünyadaki en büyük mağazalardan biri (Nadir olması)	Değerli Taşlar, Sergiler / Lüks tüketim amaçlı gelişler
Alpler Hayvanat Bahçesi	Nadir olması	2000 hayvan 150 tür / Doğa turizmi amaçlı gelişler
Sanat Innsbruck	Çağdaş sanat fuarı	Yağlı boya, heykel, fotoğraf vb. / Sanatsal ziyaret amaçlı gelişler
Rüyalar Festivali	Sanat festivali	Akrobasi, komedi ve müzik / Sanatsal ziyaret amaçlı gelişler
Tirol Halk Sanat Müzesi	Avrupa'nın en önemli halk sanatları ve zanaat koleksiyonu	Geleneksel el sanatları, halk sanatları, workshoplar vb. / Kültürel ve Sanatsal ziyaret amaçlı gelişler

Kaynak: <http://www.innsbruck.info>

Kuzeyparkı Teleferiği (Innsbrucker Nordkettenbahnen/ Nordpark Cable Railways), Innsbruck'ta kuzey park olarak adlandırılan, teleferik ile çıkılan ve en iyi manzarayı sunan bir yerdir. Altın Çatılı Kilise (Goldenes Dachl / Golden Roof), Roma-Cermen İmparatoru I. Maximilian için yaptırılmıştır. Aynı zamanda şehirde Roma döneminden kalma kapı mevcuttur. Şehirde Fayton yolculuğu rağbet edilen bir aktivitedir. Hofburg Sarayı, Avusturya'da bulunan en değerli üç kültürel binadan biridir. 15. Yüzyıl imparatorluk sarayıdır. Şehir dünyanın en büyük Swarovski mağazalarından birine ev sahipliği yapmaktadır. Hungerburg Füniküler, 60-70 kişilik tren gibi vagonlu, zemine döşeli raylarda giden ve turistlere yol boyunca çekici manzaralar sunan bir ulaşım aracıdır. Eski Şehir (Altstadt von Innsbruck / Old Town), korunarak ve geliştirilerek günümüze kadar gelen ortaçağ mimarisi ile bezenmiştir. Bergisel Atlama Kulesi (Bergisel Ski Jump), Panaroma teras ve restoranın bulunduğu ziyaretçilere çekici bir manzara sunan ve kayakla atlayış yapılan bir yerdir. Alpenzoo, Aralık-Mart ayları arasında açık olan hayvanat bahçesidir. Alplere özgü 2000 hayvan ve 150 çeşide ev sahipliği yapar. Hükümdar Kilisesi (Hofkirche), İmparator I. Maximilian için yaptırılmıştır ve içerisinde devasa heykeller ve sanat eserleri mevcuttur. Ambras Kalesi (Ambras

Castle), Innsbruck şehrinin üzerindeki tepelerde bulunan 10. Yüzyıl eseri Rönesans kale ve sarayıdır. Patscherkofel, 1900’lü yılların başında altyapısı geliştirilmeye başlanan ve günümüzde yürüyüş ve tırmanış yolları ile teleferiklerin çalıştığı dağın ve kayak alanının adıdır. Innsbruck Katedrali (St. James Katedrali), 18. Yüzyıl barok tarzda inşa edilmiş olan Roma-Katolik inanç merkezidir. Turistik çekim yerleri açısından Gümüşhane’ye bakıldığında çekim yerlerinin bir özeti Tablo 9’da görülmektedir.

Tablo 9. Gümüşhane Turistik Çekim Yerleri

Çekim Yeri	Ana özelliği	Ürün İçeriği
Karaca Mağarası	Manzara, temiz hava, doğa	Karayolu ile çıkılan seyir ve yürüyüş aktiviteleri, Cehennem Vadisi Kanyonu
Süleymaniye Mahallesi	Tarihi Yerleşim yeri, Eski şehir	Camiler, kiliseler / Kültürel gelişler
Tomara Şelalesi	Tabiat parkı, kırsal, doğa, manzara	Yeme-içme, yürüyüş, bisiklet vb. aktiviteler
Artabel Gölleri	Tabiat parkı, manzara, temiz hava, doğa	Yürüyüş, tırmanış, bisiklet aktiviteleri
Zigana Dağı Turizm Merkezi	Kayak merkezi (Bölgede tek), Limni Gölü Tabiat Parkı	Kayak, kar kayağı (snowboard), kır evleri vb. aktiviteler
Çakırgöl Turizm Merkezi	Kampçılık, yayla, göl	2.504 rakımda kurulu, macera, doğa turizmi
Erikbeli Turizm Merkezi	Yayla	Yeşil yol, yayla safari / Kırsal turizm amaçlı gelişler
Örümcek Ormanları	Nadir bulunan ağaçlar, Çağlayandibi Şelalesi Tabiat Parkı	Sekiz adet tabiat anıtı / Doğa ziyareti amaçlı gelişler
Krom (Kurum) Vadisi	Arkeolojik sit alanı	Konak, çeşme, kilise vb. / Kültürel amaçlı gelişler
Santa (Dumanlı) Harabeleri	Antik kent (Ortaçağ)	Ortaçağ dönemi eserler / Kültürel ziyaret amaçlı gelişler
Satala (Sadak) Harabeleri	Antik kent (Ortaçağ Öncesi)	Roma askeri garnizonu/ Kültürel ziyaret amaçlı gelişler
İmera (Olucak) Manastırı	Tarihi (1710)	Bölgede günümüze kadar ulaşan inanç merkezi
Sarıçiçek Köy Evleri	Tarihi (1873)	Geleneksel Türk mimarisi / Kültürel amaçlı gelişler
Kaleler ve Kuleler	Tarihi	Konumları ve şekilleri / Ulaşım ve restorasyon nerdeyse yok
Yaylalar	Manzara, temiz hava, doğa Kadırga, Kazıkbeli, Taşköprü, Güvende vd.	Bozulmamış doğa / Doğa turizmi amaçlı gelişler, karavan, yürüyüş, panayır, konaklama
Kuşburnu-Pestil Kültür ve Turizm Festivali	Sosyo-kültürel	Yöresel gıda temalı / Kültürel, Sanatsal ziyaret amaçlı gelişler
Yayla Şenlikleri	Sosyo-kültürel	Akrobasi, komedi ve müzik / Kültürel ziyaret amaçlı gelişler

Kaynak: Çiğdem S., Özkan H., Yurttaş, H. (2012) ve Günaydın, İ. (2012)

Karaca Mağarası orijinal ve nadir bulunma özelliği ile ziyaretçi çekmektedir. Damlataşı oluşumları sarkıt ve diktler bakımından çok zengindir. Mağara içerisindeki havayı solumanın sağlığa iyi geldiği düşünülmektedir. Yayla turizmi bağlamında Türkiye'nin önde gelen ve en çok bilinen

yaylaları olan Kazıkbeli, Kadirga, Güvende gibi yaylaların bulunduğu bir yerleşim yeridir. Satala Antik Kenti Roma'nın doğudaki en büyük karargâhlarından biri olarak kullanılmıştır. Gümüşhane kaleler ve kuleler şehridir. Envanteri yapılan yaklaşık 10 kale ve 11 adet gözetleme kulesi mevcuttur. Zigana Dağı'nın turizme etkisi açısından bakılacak olursa Doğu Karadeniz Bölgesi'nin tek kayak merkezi buradadır. Gümüşhane ilinde Turizm ve Belediye Belgeli 9 konaklama tesisinde toplam 97 oda ile 367 yatak bulunmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Innsbruck, Gümüşhane ile hemen hemen aynı iklimsel ve coğrafi yapıya sahip olmasının yanında sürdürülebilir bir turizm anlayışını çok önceleri gerçekleştirmiştir. Etrafını saran dağları ulaşılabilir, ziyaretçilerin daha uzun zaman geçirebileceği, sosyal ve sportif etkinliklere ev sahipliği yapabilecek bir rekabetçi pozisyona getirmiştir. Bunların yanında dağlarda çok çeşitli rotalar, yollar, parkurlar oluşturulmuştur. Kayak, bisiklet, tırmanma, yürüyüş parkurları oluşturulmuş ve etkin şekilde ziyaretçilere hizmet vermesi amaçlanmıştır. Parkurlar üzerinde yeme-içme ve dinlenme mekânları oluşturulmuş bu sayede ziyaretçilerin dağlarda daha uzun ve rahat vakit geçirmeleri sağlanmıştır.

1900'lerin başında dağlar ve şehir arasındaki ulaşım modern bir duruma getirilmeye başlanmış günümüze kadar yenilenerek bugünkü halini almıştır. Dağlar ve şehir birbirine teleferikler ve funikülerler ile bağlıdır. Böyle düşünüldüğünde Gümüşhane'nin Innsbruck ile arasında turizm bağlamında en az yüz sene vardır. Innsbruck bu aşamaya gelirken öncelikle yurtiçi talep oluşmuş bu karşılanırken yurtdışı talep harekete geçmiştir. Dağlık bölgelere yönelik turizm karakteristiklerinden olan *ulaşılmazlık* bağlamında Gümüşhane'nin yerel ulaşımının çevresel ölçütler dikkate alınarak geliştirilmesi ve doğa ile kültür temelli turizm çalışmalarına odaklanması gerekmektedir. Gümüşhane'de hiçbir turistik merkezin altyapısı tamamen bitmiş değildir. Özellikle yaylalara ulaşım ağır koşullarda yapılmaktadır. Bir diğer karakteristik olan *kırılganlık* bağlamında çekim yerlerinin taşıma kapasiteleri belirlenmeli, bakir alanlar niş turizm pazarlaması kapsamında tasarlanmalıdır. Gümüşhane'nin sahip olduğu çekim yerleri kitle turizmine uygun gözükmemektedir. Daha az ziyaretçi ile daha nitelikli konaklama yapısına ihtiyaç vardır. Örneğin Karaca Mağarası'nı bir seferde ziyaret edebilecek turist sayısı (taşıma kapasitesi) bellidir. Bunu üstündeki turist sayısı mağaranın havasına ve doğal ortamına zarar vermektedir. *Çeşitlilik* karakteristiği açısından tarım ve kırsal faaliyetler ile turizm arasında bağlantılar kurulmalıdır. Turistik ürünler kapsamında geleneksel el sanatları, zanaat, halk sanatları turistik birer ürün olarak ortaya konulmalıdır. Gümüşhane'nin ekonomisi tarıma ve turizme dayalıdır. Tarımsal ürünlerin pestil, köme gibi turistik bir ürüne dönüştürülmesi şehre katma değer sağlamaktadır. *Niş* karakteristiğini değerlendirdiğimizde elma, dut, kuşburnu gibi yöre ile özdeşmiş gıda ürünlerinin tasarlanması, üretimi, sunumu ve etnik öğeler içeren şekilde turizm ile ilişkili tasarımı yapılmalıdır. Bunun yanında kış turizmi bağlamında Zigana Kayak Merkezi faaliyet göstermekte, Çakırgöl Kış Sporları Turizm Merkezi alt yapı çalışmaları devam etmektedir. Gene bir

niş olarak şehrin simgesi olabilecek Innsbruck’taki altın çatılı bina gibi Gümüşhane’nin gümüşten imal simgesel bir yapıya ihtiyacı vardır. *Marjinallik* karakteristiğinde ise merkezi yönetim tarafından marjinal (kenarda, kıyıda kalmış) bir yerleşim olarak görülmesinden ötürü kurumların tam işbirliğine ihtiyaç vardır. Bu bağlamda süreci sahiplenme, katılım, izleme, düzenleme ve geliştirme aşamalarının tasarlanması gereği vardır. Yeni Zigana Tüneli ve Yeşil Yol projeleri ile bu kenarda kalmışlık bir nebze aşılmıştır. Çalışmada şehirlerin sahip oldukları turistik kaynaklar bağlamında yapılan karşılaştırmada Gümüşhane, Innsbruck’a göre daha ulaşılmazdır, sahip olduğu kaynaklar bakımından daha kırılgandır, tüketicilere daha az çeşitlilik sunarken, daha az niş alana sahip ve daha kenarda, uçta olan (marjinal) bir şehir olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gümüşhane açısından doğa, mağara turizmi, kırsal turizm gibi birçok tema çekici bir alan olarak gözükmektedir. Turizme açılması uygun görülen mağaralar mevcuttur. Bu kapsamda alt yapı sorunlarının giderilmesi en başta gelen konudur. Şehir Tarihi İpek Yolu üzerinde bulunmasından dolayı bu kapsamda etkinlikler düzenlenmelidir. İpek Yolu tanıtım etkinliklerinde Gümüşhane’ye yer verilmesi gerekmektedir. Antik Kentler ve Tarihi çekim yerleri açısından mevcut yerlerin restorasyonu ve alt yapısının oluşturulması bir avantaj olarak görünmektedir. Gümüşhane ili zengin turizm kaynaklarına sahip olmasına rağmen ilin sadece Trabzon’a komşu olan kuzey kesimi Karadeniz turlarından faydalanabilmektedir. Doğu Karadeniz turlarının Doğu-Batı istikametinde Gümüşhane’den geçmesi ve bu suretle ilin turizm faaliyetlerine daha çok katılması Gümüşhane planlamasının temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. Aynı zamanda birçok hayvan türünün bozulmamış bir doğa içerisinde yaşaması ornitoloji (kuş gözlemciliği) gibi çeşitli alanların gelişimi için uygundur. Bu doğa aynı zamanda yayla safari, fotosafari (fotoğraf gezileri) için sayısız ortam sunmaktadır. Turizmin temel kaynağı olan doğal çevrenin yenilenebilir şekilde planlanması, ekonomik, endüstriyel değişimi, tarihi ve arkeolojik zenginliği, halkın turizme eğilimi de dikkate alınarak, uzun vadeli gerçekleştirilebilirse, sürdürülebilirlikten söz etmek mümkün olur. Turistik ürün çeşitliliği sağlanarak, şehir müzeleri kurularak, kültürel yapılar restore edilerek, kent içindeki tarihi yerler bölgesel olarak geliştirilerek olumlu sonuçlar alınabilecektir.

KAYNAKÇA

- AKAT, İ., BUDAK, G ve BUDAK, G. (2002). İşletme Yönetimi, Barış Yayınları, 4. Baskı, İzmir.
- ÇİĞDEM, S. (2012). Eski Çağ’dan Orta Çağ’a Gümüşhane, Tarih, Arkeoloji ve Sanat Tarihi Araştırmaları I, Gümüşhane Valiliği Yayınları 13, Birinci Baskı, Seçil Ofset.
- FUCHS, M., PETERS, M. ve WEIERMAIR, K. (2002). Tourism Sustainability Through Destination Benchmarking Indicator Systems: The Case of Alpine Tourism, *Tourism Recreation Research*, Vo.27, No. 3.

-
- GENELETTI, D. ve DAWA, D. (2009). Environmental impact assessment of mountain tourism in developing regions: A study in Ladakh, Indian Himalaya, *Environmental Impact Assessment Review - ENVIRON IMPACT ASSESS REV*, vol. 29, no. 4, pp. 229-242.
- GODDE, P.M., PRICE, M.F. ve Zimmermann, F.M. (2000). *Tourism and Development in Mountain Regions*, CABI Publishing, Wallingford, UK.
- GÜNAYDIN, İ. (Ed.) (2012). Gümüşhane İli Turizm Potansiyeli, Gümüşhane Üniversitesi Yayınları Yayın No:1, Birinci Baskı, İdeal Kültür Yayıncılık.
- ÖZKAN, H. ve YURTTAŞ, H. (2012). Eski Çağ'dan Orta Çağ'a Gümüşhane, Tarih, Arkeoloji ve Sanat Tarihi Araştırmaları II, Gümüşhane Valiliği Yayınları 14, Birinci Baskı, Seçil Ofset.
- YILMAZ, C. (2002). "Sürdürülebilirlik Açısından Karşılaştırmalı Bir Analiz; Alpler ve Karadeniz Dağları – Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu, Kastamonu, (25–27 Haziran 2002).
- ZIMMERMANN, F.M. (1998). Sustainable Tourism in a Fragile Environment: The Alps. In Faulkner B., C. Tideswell and D. Weaver (eds.) *Progress in Tourism and Hospitality Research* Cauthe, Griffith University, Gold Coast Australia
- <http://www.alpenzoo.at/en/about-us/ueber-uns> (10.06.2015)
- <http://www.bergisel.info/en/index.php> (10.06.2015)
- <http://www.gumushanekulturturizm.gov.tr/TR,91041/2013-yilinda-gumushaneye-gelen-yerli-ve-yabanci-turist-.html> (11.06.2015).
- <http://www.innsbruck.info/en/experience/sightseeing.html> (10.06.2015)
- <https://prezi.com/bqfztjofrhbd/innsbruck/> (17.03.2015)
- <https://www.tirol.gv.at/en/tourism/> (17.03.2015)
- <http://tuikapp.tuik.gov.tr/turizmapp/cikis.zul> (30.06.2015)
- <http://www.tuik.gov.tr/ilGostergeleri/iller/GUMUSHANE.pdf> (10.07.2015)
- http://www2.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf (11.06.2015)
- <http://www.wien.gv.at/statistik/pdf/viennainfigures.pdf> (11.06.2015)

YÖNETSEL BİR OLGU OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM: FETHİYE'DEKİ YEREL YÖNETİM VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ GÖRÜŞLERİ¹

Cemal ARTUN²

Onur AKBULUT³

ÖZ

Sürdürülebilir kalkınmanın ülkelerin ekonomi politikalarına yansımalarıyla birlikte sürdürülebilirlik kavramı her alanda daha fazla telaffuz edilmeye başlanmıştır. Turizmde sürdürülebilirlik kavramı doğal kaynaklardan insan kaynağına kadar geniş bir yelpazede değerlendirilmektedir. Kalkınmanın itici bir gücü olarak kabul gören turizm sektörü, kriz dönemleri dışında sürekli büyüme potansiyeline sahiptir. Ancak, kriz dönemlerinde ilk unutulmuş kavramlardan birisi sürdürülebilirlik olmaktadır. Kriz dönemlerinde sürdürülebilirlik daha fazla anlam ifade etse de, kök neden olarak ifade edebileceğimiz kısa dönem karlılığa odaklanmak ve maliyet baskısı bu kavramın göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Rekabet açısından sürdürülebilirliğin omurgasını maliyet ve çevre bilinci arasındaki eşgüdüm oluşturmaktadır. Bu eşgüdümün bir ayağını ayağı maliyetler ve kaynakların yönetilmesi, diğer ayağını turizm paydaşları arasındaki eşgüdüm oluşturmaktadır. Çalışmada, yönetim çerçevesinde sürdürülebilirlik kavramının Fethiye'deki yerel yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşları (STK) arasında ne anlam ifade ettiği ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Bu çerçevede UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Raporu) ve UNWTO (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü)'nün 2005 yılında yayınladıkları "Turizmi Daha Sürdürülebilir Kılmak: Politika Yapıcılar İçin Bir Rehber" raporunda belirtilen 12 amaçtan uyarlanan yarı yapılandırılmış mülakat soruları kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: sürdürülebilirlik, sürdürülebilir turizm, sürdürülebilirliğin yönetimi

SUSTAINABLE TOURISM AS A PHENOMENON OF MANAGEMENT: THE OPINIONS OF LOCAL GOVERNMENT AND NGOs IN FETHIYE

ABSTRACT

While the sustainable development was reflected to the economic policy of the countries, the term of sustainable has been started to state more in every field. The concept of sustainability in tourism is considered a wide range of natural resources to human resources. This width is making difficult to establish a clear in terms of aims in sustainable tourism. In the studies in sustainable tourism, an approach which indicates the involvement of all stakeholders in the framework of stakeholder approach and it involves dimension of economic, social and natural with regards to principles is dominant. Specific to Fethiye, in terms of local government and NGO(Non-Governmental Organization) the meaning of the sustainable tourism has not been made study of. In the frameworks of the aims indicated by UNEP (United Nations Environmental Programme) and UNWTO (World Tourism Organization), the aim of this study is to determine the viewpoint of the stakeholders in sustainable tourism in region-wide. In development of a holistic approach, it's essential to reveal the gaps. To reveal what it means in terms of sustainable tourism stakeholders in Fethiye, it will enable to find out the holistic approach in studies conducted on this subject and use the resources more efficient. In this framework, the interview questions which are adapted from 12 aims in UNEP and UNWTO's report "Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Maker" were used.

Keywords: sustainability, sustainable tourism, managing sustainability

DOI: 10.17823/gusb.238

¹ Bu çalışma 14-16 Mayıs 2015 tarihleri arasında Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi'nde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² Arş.Gör. MSKÜ Fethiye İşletme Fakültesi, cemalartun@mu.edu.tr

³ Yrd. Doç. Dr., MSKÜ Fethiye İşletme Fakültesi, onurakbulut@mu.edu.tr

GİRİŞ

Küresel ekonomide önemi gittikçe artan turizm sektörünün doğal kaynaklar üzerindeki etkisi, uluslararası boyutunun bir başka yönüdür. Turizmin küreselleşmesi, birbirine zıt iki sonuç yaratmaktadır; birincisi turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel yararlarının uluslar arası boyutlara ulaşması, ikincisi de bu sektöre bağlı sorunların küresel yayılımıdır (Emekli vd., 2006: 3). Bu yönüyle uluslararası turizm hareketleri ve çevre ilişkisi değerlendirilirken doğa olaylarında meydana gelen değişimin turizme etkisi ve uluslararası turizm hareketlerinin doğal, kültürel ve sosyal kaynaklar üzerindeki etkisi gündeme gelmektedir.

Çevre ve ekonomik kalkınma konusu ekseninde turizm sektöründeki tartışmalar, sürdürülebilirlik kavramı ve ilkelerinin turizmde ekonomik, sosyal ve etik unsurlarla nasıl birleşebileceği sorusunu cevaplamaya yöneliktir (Grundey, 2008: 119). Bu tartışmaları olumlu bir sonuca bağlamak adına turizm sektörü bütüncül bir yaklaşım sergileyerek ekonomik, sosyal, çevresel ve etik unsurları birleştiren sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik gelişmeyle uyumlu olmasına katkı sağlamaktadır (Gössling vd., 2010: 124).

Turizm teorileri ve araştırmaları mikro sosyal açıklamalardan turizm alanlarının küreselleşmesiyle ilgili makro açıklamalara kadar geniş bir alanda çeşitlenmesi, alternatif turizm hareketleri başlığı altında hem pazar hem de ideolojik olarak farklı formlar şeklinde yoğunlaşmasının yanında, yerel toplumun, yerel yönetimin, uluslar arası organizasyonların ve turizm sektörünün ilgisini çeken doğa, yeşil, özel ilgi, eko-turizm şeklinde farklı turizm türleri olarak karşımıza çıkmaktadır (Wearing vd., 2005: 424-425). Bu durumun bir yansıması olarak sürdürülebilirlik kavramı turizm sektöründe iki farklı olgu şeklinde kullanılmaktadır. Birincisi sürdürülebilir turizm, diğeri ise turizmde sürdürülebilirlik. Diğeri bir ifadeyle, birincisinde sürdürülebilir turizme ekonomik açıdan yaklaşılırken, diğeri ise daha geniş anlamda turizmi sürdürülebilir kalkınma politikalarının bir parçası olarak kabul edilmektedir (Sharpley, 2000, Aktaran: Berno ve Bricker, 2001:3). Aslında çoğu zaman bu iki kavram birbiriyle aynı anlamda kullanılmaktadır. Ancak, UNEP ve UNWTO'nun 2005 yılında yayınladıkları "Turizmi Daha Sürdürülebilir Kılmak: Politika Yapıcılar İçin Bir Rehber" Raporu'nda sürdürülebilir turizmin ayrı bir turizm türü olarak algılanmamasını, turizmin tüm türlerinde uygulanması gerektiği vurgulamaktadır (UNEP ve UNWTO, 2005: 2, UNWTO, 2013:1).

Büyük ölçüde doğal kaynaklarla ilişkisi olan turizmin etkileri ve dünya ölçeğinde değişen eğilimler nedeniyle son dönemde uluslararası turizm hareketleri sürdürülebilirlik çerçevesinde değerlendirilmektedir. Dolayısıyla ülkelerin kalkınma politikalarında önemli bir yeri olan turizm sektörü, sürdürülebilirlik konusunun en fazla tartışıldığı sektörlerden birisi olmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramının ekonomi alanında tartışılması kalkınma politikalarının çevreye etkilerinin tartışıldığı bir dönemde başlamıştır. Sürdürülebilir kalkınma, ilk kez 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonunun raporunda ortaya atılmıştır ve sürdürülebilir kalkınma, kalkınmanın her şeye

rağmen olmaması gerektiğine ve kaynakların aşırı tüketilmeden kullanılmasına vurgu yapılmıştır (Kaypak, 2011: 20).

Sürdürülebilir turizmde sistemin tümünde sürdürülebilirlik kavramının gerekliliklerinin yerine getirilebilmesi için katılımcı bir anlayışın egemen olması gerekmektedir. Bunu gerçekleştirmek adına yönetim olgusu dillendirilmektedir. Sürdürülebilir turizmde yönetim yerel ölçekte turizm, çevre, toplumsal ve kalkınmayla ilgili aktörlerin katılımını ve koordinasyonunu gerektirmektedir (UNWTO, 2013: 7). UNWTO (2013), yönetim konusunda anahtar konumdaki aktörleri ulusal turizm bakanlıkları ve temsilcileri, özel sektör temsilcileri, STK'lar, diğer ilgili bakanlıklar ve temsilciler ve yerel yönetim temsilcileri şeklinde sıralamaktadır. Sürdürülebilir turizmin gereklilikleri açısından düşünüldüğünde, turizmin gelişimi ile yönetimini şekillendirmek ve yönlendirmek etkili bir turizm yönetimi açısından gerekli olduğu kabul edilmelidir (UNWTO, 2013: 7). Yerel ölçekte düşünüldüğünde ise turizm yönetimi açısından yerel yönetim ve STK'ların sürdürülebilir turizm algıları önem kazanmaktadır.

I. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Güneş, kum, deniz üçlüsüne dayanarak gelişen turizm hareketlerinin etkilerine, özellikle küresel ısınma gibi çevresel sorunların görünür olmaya başlaması neticesinde dünya eko-sisteminin ne kadar dayanabileceği konusundaki endişeler artmıştır. Turizmin olumsuz etkilerine karşı ilk tepki, ziyaretçi yönetim teknikleri yoluyla kamu sektörü tarafından kısa dönemde gerçekleştirilen bazı iyileştirme çalışmalarıdır (Berno ve Bricker, 2001: 2). Yirminci yüzyılın ikinci yarısında kitle turizminin gelişimine paralel olarak tüm dünyada çevre hareketlerinin artması ve kitlesel turistlerin ziyaret ettikleri yerlerde yarattıkları tahribat ile sürdürülebilirlik kavramı gündeme gelmeye başlamıştır (Özkök ve Gümüş, 2009: 53).

1980'lerin sonları ve 1990'ların başında, akademisyen ve araştırmacılar tarafından sürdürülebilir kalkınmanın turizm sektörüne etkisi tartışılmaya başlanmıştır (Berno ve Bricker, 2001:3). Ülkelerin kalkınma politikalarında önemli bir yeri olan turizm sektörü, sürdürülebilirlik konusunun en fazla tartışıldığı sektörlerden birisi olmuştur. Turizm ile doğal ve kültürel çevre arasında sıkı bağların bulunması, çevrenin turist için başlıca çekim unsuru olması, çevresel etmenlerin turizmi etkilemesi (Can, 2008: 6) ve bunun yanında turizm de hizmet sektöründe yer alan diğer sektörler gibi tüketime dayalı olması, sürdürülebilirlik kavramını ön plana çıkarmaktadır.

Sürdürülebilir turizme ilişkin çeşitli bakış açıları ve devam eden tartışmalar, daha yaygın ve evrensel tanımı arayışının başarı şansını düşürmektedir (Bramwell ve Lane, 2011: 413). Bunun nedeni, sürdürülebilirlik kavramının turizm sektörü açısından nasıl bir anlam ifade ettiğinin araştırmacılar ve akademisyenler tarafından farklı boyutlara vurgu yapılarak açıklanmaya çalışılmasıdır.

Turizmde büyük ölçüde eko sistem ön plana çıkmakla birlikte, sürdürülebilirlik kavramı bir sistemin kesintisiz, aşırı kullanım sonucu bozulmadan ve tükenmeden sürdürülebilmesi yetkinliği

olarak kabul etmek mümkündür (Sezgin ve Karaman, 2008: 429). Balanlı (1999: 137)'ya göre turizmin sürdürülebilir olması, turizm ile fiziksel ve sosyal çevre arasındaki etkileşimin doğru ve olumlu bir biçimde ele alınarak yürütülmesidir (Aktaran: Mercan, 2010: 14).

Sürdürülebilir turizm, bir destinasyonun gelecekteki gelişimi için doğal, yapısal ve kültürel özelliklerini de kapsayan çevresel kaynaklarının korunmasını kapsayan politika ve yönetim ilkelerini kapsamaktadır (Hunter, 1997: 850).

Clarke (1997)'nin sürdürülebilir turizm kavramı operasyonel bir tanımlamadan ziyade bir bakış açısı olarak ele alınması gerektiğine ilişkin uyarısını dikkate alan Saarinen (2006: 1124), ekonomik boyuta vurgu yapmaktadır. Turizm faaliyetlerinin ekonomik olarak kabul edilmekle birlikte sektörün kendi geleceğinin, dayandığı kaynaklarını aşırı tüketmeyen ve özellikle fiziksel çevreyle birlikte ev sahibi toplumun sosyal yapısını bozmayan, ekonomik olarak kabul edilebilen bir turizm düşünülmesi gerekliliğine vurgu yapmaktadır (Saarinen, 2006: 1124; Swarbrooke, 1999: 13). Farklı araştırmacılar ve akademisyenler tarafından ortaya atılan tanımlamalarda dikkat çekilen noktalar, UNWTO'nun yaptığı tanım içerisinde görülmektedir ve uluslararası yazında ortak bir tanım olarak öne çıkmaktadır.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) sürdürülebilir turizm tanımına göre sürdürülebilir turizm; kültürel bütünlüğü, ana hatlarıyla ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşam destek sistemlerini sürdürürken ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanması yoluyla yönetilmesidir (McKercher, 2003: 4).

II. SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

Sivil Toplum Kuruluşları (STK) sivil inisiyatifi vurgulamakla beraber turizm sektöründe önemi gittikçe artan bir olgudur. STK'lar turizm sektöründe turizm politikası ve planlaması, pazarlaması ve turizm eğitiminin yanında turizm kalkınması konusunda önemli işlevlere sahiptir (Harman, 2014: 343). STK'nın, Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi'nce toplum yararı ekseninde sorumluluk üstlenen ve resmi otoriteyle halk arasında aracı işlevi gören bütün örgütsel yapılanmaları olarak sade bir tanımlı yapılmıştır (Güder, 2005; Aktaran: Özmutaf, 2012: 148). Daha detaylı bir tanımda ise; STK siyasi iradeden bağımsız bir şekilde faaliyette bulunan, gönüllüğün esas olduğu, belirli bir alanda kamusal yarar adına hizmet ve fayda sunan ve kendi kendini yönetebilen organizasyonlardır (Özdaşlı, 2007: 64).

Yıldırım (2004: 42) Türkiye'deki STK'ları barolar, esnaf ve sanatkarlar odası, ziraat odası ve meslek odaları gibi temsilcisi oldukları kesimin haklarını savunan kuruluşlar, işçi ve işveren sendikaları, gönüllü dernekler, vakıf veya benzerleri ve son olarak vatandaş inisiyatifi oluşumlar şeklinde sınıflandırmaktadır (Aktaran: Harman, 2014: 346). Bu sınıflandırmada dikkat çeken husus, her bir sınıfta yer alan kuruluşların yerel ölçekte temsil edildiğidir. Yerel ölçekte temsilcileri olan kuruluşların yanında yerelde örgütlenebilen vakıfların da olduğu görülmektedir. Sürdürülebilir turizm

kapsamında etkili bir yönetim için ilgili aktörlerin belirlenmesinde bu sınıflandırmadaki STK'lar yer alabilir. Ayrıca, yerel yönetim bu derneklere sağladığı olanaklar ve aralarındaki etkileşim nedeniyle göz ardı edilmemesi gereken bir aktördür.

Sürdürülebilir turizmde ilgili aktörler açısından STK'lar söz konusu olduğunda, yaşanan zorluk iki noktada açıklanabilir. Birincisi, kaynak kullanımında ve dağıtımında farklı düşüncelere ve çıkarılara sahip çeşitli paydaşların yer almasıdır (Panyık, 2015: 49). İkincisi, turizmde yönetim yapısı ve turizm değer zincirinde kapsayıcı bir yapı oluşturmanın, turizm sektörünün farklı ölçekteki sektörel yapısından dolayı karmaşık olması (Adiyia vd., 2015: 3) sürdürülebilir turizmde etkili olan aktörlerin bir araya gelerek ortak bir noktada birleşmelerini zorlaştırmaktadır.

III. AMAÇ VE ÖNEM

Turizmde sürdürülebilirlik kavramı doğal kaynaklardan insan kaynağına kadar geniş bir yelpazede değerlendirilmektedir. Bundan dolayı sürdürülebilir turizm denildiğinde amaçlar açısından bir netlik oluşturmak güçleşmektedir. Bu konuda net bir çerçeve oluşturmak için UNEP ve UNWTO'nun 2005 yılında yayınladıkları "Turizmi Daha Sürdürülebilir Kılmak: Politika Yapıcılar İçin Bir Rehber Raporu'nda (Making Tourism More Sustainable: A Guide For Policy Maker) " belirtilen 12 amaçtan yararlanılmıştır.

Çalışmada amaç, UNEP ve UNWTO (2005)'nin ortaya koyduğu amaçlar çerçevesinde Fethiye'deki yerel yönetim ve STK'ların sürdürülebilir turizme bakış açılarını tespit edilerek sürdürülebilir turizm için bütünsel bir yaklaşım geliştirmede eksik kalınan yönleri ortaya çıkarmaya yardımcı olmaktır.

Sürdürülebilir turizm çalışmalarında paydaşlar yaklaşımı çerçevesinde tüm ilgili aktörlerin katılımını belirten, ilkeler bakımından ise ekonomik, sosyal-kültürel, çevresel boyutlarını içeren bir yaklaşım egemendir. Fethiye özelinde baktığımızda, yerel yönetim ve STK'lar açısından sürdürülebilir turizmin ne ifade ettiği araştırılmamıştır. Çalışma bu boşluğu doldurmak adına önemlidir.

Fethiye'de yerel yönetim ve STK'lar arasında sürdürülebilir turizm sık dile getirilmesine rağmen, sürdürülebilir turizmin nasıl değerlendirilmesi gerektiği ve nelerin ortaya konulduğu bir bütün içerisinde değerlendirilmemiştir. İlgililer kendi algılamaları ve eksik gördükleri konular çerçevesinde sürdürülebilir turizm konusunda çalışmalar ve projeler sürdürmektedirler. Ancak burada ortak bir hareket söz konusu değildir. Fethiye'de sürdürülebilir turizmin ilgililer açısından ne ifade ettiğinin ortaya konulması, bu konuda yapılan çalışmalarda bütüncül bir yaklaşımın ortaya çıkarılmasına ve kaynakların daha verimli kullanılmasına olanak tanıyacaktır.

IV. YÖNTEM

Fethiye'de sürdürülebilir turizmin nasıl algılandığını ortaya koymak için nitel çalışma tercih edilmiştir. Nitel çalışmalarda kullanılacak mülakatın türünü belirlenirken, sorulması planlanan soru

türüne ve elde etmeyi umulan cevapların dikkate alınması gerekmektedir (Berg, 2007: 98). UNEP ve UNWTO (2005)'in sürdürülebilir turizm amaçları çerçevesinde, Fethiye'de sürdürülebilir turizm konusunda yerel yönetim ve STK'ların sürdürülebilir turizme ilişkin düşüncelerini ve Fethiye'de bu konuda bir görüş birliğinin olup olmadığını ortaya koymak adına yarı yapılandırılmış mülakat türü uygun görülmüştür. Hazırlanan sorular UNEP ve UNWTO (2005)'nun belirlediği sürdürülebilir turizmle elde edilmek istenen amaçlar çerçevesinde hazırlandığı için, sorulara verilen cevaplara göre ekstra soru sorma ihtiyacı doğacağı için bu mülakat türü tercih edilmiştir.

Çalışmada, Fethiye'de turizm sektörüyle ilgili olan katılımcılar homojen olmayan bir yapı oluşturdukları için mülakat sorularının net bir biçimde anlaşılabilir olması istenilen amaca ulaşmada kritik bir önem sahiptir. Bunun için katılımcılar tarafından soruların net anlaşılabilmesini sağlamak için UNEP ve UNWTO (2005)'nin ilgili raporda belirttikleri sürdürülebilir turizm amaçları İngilizce'den Türkçe'ye tercüme edildikten sonra, Türkçe metin tekrar İngilizce'ye tercüme edilmiş ve metin karşılaştırılmıştır. Daha sonra metnin anlaşılır olduğuna karar verilmiştir. Hazırlanan metinden sonra, ilgili kavramlar hakkında katılımcıların görüşlerini almak için sorular hazırlanmış ve mülakat soruları oluşturulmuştur. Bu şekilde bir sürecin izlenmesi hazırlanan mülakat sorularının anlaşılır bir seviyeye indirgemek içindir. Çünkü soruların katılımcıların anlayabileceği bir seviyeye indirmek önemlidir ve bu şekilde araştırmada istenilen amaca ulaşılacağı ortadadır (Berg, 2007: 95).

Elde edilen verilerin analiz edilmesinde betimleme seçeneği kullanılmıştır. Bu analiz türüyle elde edilen veriler düzenlenerek ve yorumlanarak ortaya konulması betimsel analiz yönünden gerekli görülmüştür (Yıldırım ve Şimşek, 2004: 172). Fethiye'deki yerel yönetim ve STK'larla görüşmede, UNEP ve UNWTO (2005)'nin belirlediği amaçlardan yola çıkılarak belirlenen sorulara verilen cevaplar ortaya konulmuştur.

UNWTO (2013: 7)'nin önemle üzerinde durduğu paydaşlar çerçevesinde turizm ve sürdürülebilirlik konusuyla ilgili olduğu düşünülen STK'lar belirlenmiş ve bunlara ek olarak yerel yönetim de mülakat sürecine dahil edilmiştir. Bu doğrultuda Fethiye Kaymakamlığı, Fethiye Belediyesi, Fethiye Esnaf ve Sanatkarlar Odası (FESOB), Fethiye Sanayi ve Ticaret Odası (FTSO), Fethiye Deniz Ticaret Odası (FDTO), Fethiye Otelciler Birliği Derneği (FETOB), TÜRSAB Batı Akdeniz Bölge Müdürlüğü, Fethiye Turizm Tanıtım Kültür Çevre ve Eğitim Vakfı (FETAV), Fethiye Turizm Danışma Bürosu, Fethiye Eko Turizmi Geliştirme Derneği, Fethiye Skal Kulübü, Çalış Turizm ve Tanıtma Derneği (Çalış-Der), Şef Mavi Fethiye Profesyonel Aşçılar Derneği ile görüşülmüştür. Görüşmeler 2015 yılı Şubat ve Mart aylarında gerçekleştirilmiştir.

V. BULGULAR

Sürdürülebilir turizm denildiğinde özel bir türün mü yoksa turizmin genelinde uygulanması gereken bir kavramın mı kastedildiğine bakıldığında katılımcıların hepsi sürdürülebilirlik kavramını Fethiye'de turizm sektörünün bütününde uygulanması gereken bir kavram olarak kabul etmektedir. Bu

yaklaşımın nedenleri olarak turizm sektörünün durağan olmaması, doğal, kültürel ve sosyal kaynakların devamlılığını sağlanması, uzun vadeli düşünme ve sektörde bir bütünlük oluşturulmasının gerekliliği belirtilmiştir.

Fethiye'de sürdürülebilir turizm konusunda yaşanan problemler sorulduğunda belli başlı sorunlar şu şekilde sıralanmaktadır: İlçede turizm faaliyetlerinin belirli bölgelerde yoğunlaşması, kısa vadeye odaklanması, işgücünün yeterli şekilde eğitilememesi, turizmin sezonluk bir iş olarak görülmesi, kalifiye eleman yetersizliği, odaklanma sorunu, altyapı yetersizliği, konaklama tesislerin büyük bölümünün tüm yılda hizmet verebilecek özellikte olmaması, Fethiye'deki turistik faaliyetlerin ve etkinliklerin takvim üzerinde gösterilmemesi, bilimsel ve istatistikî kaynaklardan yararlanılmaması, Fethiye'nin mevcut potansiyelinin saptanması ancak devamının getirilmeyerek sürdürülebilirlik konusunda neler yapılacağına dair ana planın oluşturulmaması, ürün karmasının yapılamaması ve bekle gör politikasıyla Fethiye'de kitle turizminden sürdürülebilir turizme geçiş sürecin yavaş ilerlemesi. Sezonluk özellikten dolayı katılımcıların turizm sektöründe zaman baskısı hissettiği tespit edilmiştir. Kısa dönem karlılığa odaklanarak taklit ürün ticareti, düşük sosyal ilişkiler, ticari faaliyetlerde aksaklıklar, bitmemiş bir şehir, eski mimarinin korunamaması ve turizm yatırımı konusunda genel bir politikanın olmayışı Fethiye'de turizmin istenilen seviyeye ulaşamamasına neden olmaktadır.

Fethiye'de, sürdürülebilir turizmle ne amaçlandıklarına ilişkin görüş istenildiğinde, katılımcılar doğal, kültürel ve sosyal değerlerin muhafazasını, sezonluk özelliğın ötesine geçilerek turizmin bölgede tüm yıla yayılmasını, sadece sektörde çalışanların değil yöre halkının da turizm içersine dahil edilmesini, oluşturulabilecek bir ana plan çerçevesinde yıl boyu hizmet sunabilecek tesislerin inşası, yatırım yönlendirme çalışması, turizmi diğer sektörlerden ayıran özelliklerin farkına varılmasını ve bölgedeki turizmde kaliteli bir anlayışın benimsenmesini belirtmişlerdir.

Tüm katılımcılar Fethiye özelinde, sürdürülebilir turizme katkılarının olduğu yönünde hem fikirler. Yerel yönetim sürdürülebilir turizm konusundaki çalışmalarını desteklerini belirtirken, meslek kuruluşları ve STK'lar ilgili meslekler konusunda eğitim faaliyetleri ve halkın sürdürülebilir turizm konusundaki farkındalığını artırma çalışmalarını vurgulamışlardır.

Fethiye'ye gelen turistlerin yaptıkları harcamalardan yerel halkın faydalanıp faydalanmadığı, elde edilen gelir dışarıya gidip ditmediği konusunda katılımcılar farklı düşünelere sahiptirler. Büyükşehir yasası sonrası ilçe gelirlerinin azalması ve Seydikemer'in Fethiye'den ayrılarak tarım gelirin düşmesi, turizmden elde edilen gelirin daha da önemli hale gelmesine neden olmuştur. Turizm gelirlerinin ilçe dışına sızıntısı konusunda belirtilen etmenler; zincir oteller, büyük tur operatörleriyle gelen turistlerin yaptığı harcamalar, her şey dahil sistemi, süpermarket zincirindeki harcamalardır. Bunun yanında, Turizm Danışma Ofis'i ve FETAV yerel esnafın bu konuda daha şanslı olduklarını belirtmişlerdir. Genel olarak, tüm katılımcılar Fethiye'de halkın geniş kesiminin turizmden pay aldığını düşünmektedirler ve bu çalışmaya katılan Fethiye'deki yerel yönetim ve STK'ların UNEP ve

UNWTO (2005)'in belirlediği ekonomik süreklilik, yerel refah ve sosyal eşitlik amaçlarına paralel görüşlerinin olduğunu ortaya çıkmıştır.

Fethiye'de turizm sektöründe ve turizmle ilgili diğer alt sektörlerde çalışanların kalitesinin artırılması konusunda katılımcıların tamamı evet şeklinde cevap vermişlerdir. Katılımcılar çalışanların turizm konusundaki eğitimlerinin düşük olmasının ve kalifiye eleman yetersizliğinin sürdürülebilir turizm konusunda aksamalara neden olduğunu, yatırımcıları her şey dahil sistemine teşvik ettiğini, sunulan hizmetin kalitesini düşürdüğünü ve Fethiye'de arzu edilen seviyeye ulaşılmasında engel oluşturduğunu belirtmişlerdir. Çalışmaya katılan yerel yönetim ve STK'ların birçoğunun çalışan kalitesinin artırılması için projeler ve eğitim faaliyetleri gerçekleştirdiği dikkat çekmiştir.

Çalış-Der, çalışan açısından turizm sektörünün cazibesini kaybettiğini ve bunun çalışan kalitesine yansıdığını düşünmektedir. Çalış-Der bunun nedenini, bireylerin sezonluk istihdam yerine askeri ücretten tüm yıl çalışmayı daha mantıklı bulmaları olarak düşünmektedir. Turizm Danışma Ofis'i, Turizm Bakanlığı'nın hizmet içi eğitimlerinin olumlu katkılarından bahsetmiştir, ancak sezonluk olarak ilçe dışından gelen işgücünün fazla olması ve sezon dışındaki dönemde bu kişilere ulaşılamaması eğitim konusunda sürdürülen projelerden istenilen verimin alınmamasına neden olduğunu belirtmiştir. FTSO, turizmde çalışanların büyük bölümünün yaptıkları işi sezonluk bir uğraş olarak görmelerinin çalışan kalitesinin düşürdüğünü ve bu konuda meslek liseleriyle iletişime geçerek MELİG sosyal sorumluluk projesini gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Projenin sürdürülebilirliğini sağlamak adına meslek liselerinin farkındalığı artırma, lise öğrencilerinin meslek seçimine yönelik çalışmalar, iş ve eğitim camiasını bir araya getirme, Turizm ve Otelcilik Lisesi'nin mutfağının yenilenmesi, sertifika eğitimleri ve Fethiye iş gücü piyasası analizi gerçekleştirilmiştir. FESOB, "İş-Kur Eğitim Programları" çerçevesinde destek sağlamaktadır. Mavi Fethiye Aşçılar Derneği, "Şef Mavi Öğretiyor" projesi kapsamında ilçedeki aşçıların ekipman eğitimine ve mesleki yeterlilik eğitimine katkı sunmaktadır. Deniz Ticaret Odası, Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA) ile birlikte üyelerine ve turizmde çalışanlara müşteri ile ilişkiler konusunda eğitim vermektedir ve "ISO-9001" akreditasyon çalışmaları sürdürmektedir. Yerel yönetim, eğitim konusunda ilgili meslek kuruluşlarına ve STK'lara destek sunarak katkıda bulduklarını belirtmiştir.

UNEP ve UNWTO (2005)'in belirlediği misafir memnuniyeti amacına bakıldığında, katılımcılar Fethiye'ye gelen ziyaretçilerin genel memnuniyet durumlarını olumlu bulunurken, birtakım aksaklıkların bu duruma gölge düşürdüğü dile getirilmişlerdir. Katılımcılar fiyat istikrarının olmaması, yeme-içme işletmelerindeki menülerin birbirlerinin aynısı olması, tesislerin yenileme çalışmalarının yetersiz kalması, altyapının yetersizliği, çevre temizliği, bilinçsiz büyüme sonucu sunulan hizmetin kalitesinin düşük kalması, ilçe dışından sezonluk iş için gelenlerin para odaklı çalışması, gürültü kirliliği ve çifte rezervasyon etmenlerinin memnuniyet derecesini düşürdüğünü vurgulamışlardır.

Fethiye'de turizm konusunda karar alma sürecinde kendilerinden görüş alınıp alınmadığı konusunda katılımcılar hem farklı görüşler belirtmişler hem de görüşlerini sundukları muhatapları farklı kurumlar şeklinde algılamışlardır. FETOB buldukları her platformda önerilerini ve şikâyetlerini dile getirdiklerini vurgulamıştır. Mavi Şef Derneği kalifiye personel ihtiyacı ve belgelendirme konusunda, Çalış-Der, Çalış sahilinin düzenlenmesi konusunda, Deniz Ticaret Odası kendi alanlarıyla ilgili konularda, Turizm Danışma Ofisi sundukları raporların ve FETAV karar alma sürecinde sundukları görüşlerin dikkate alındığını belirtmişlerdir. Belediye kendilerine az danışıldığını, bunun yanında işletmelerin kuruluş aşamalarında daha az hata yapmaları adına danışmanlık hizmetlerini ücretsiz sunduklarını belirtmiştir. FTSO, isteklerini ve önerilerini iletecekleri kuruluşların müdürlüklerinin Fethiye'de olmamasını bir eksiklik olarak görürken, FESOB ve Skal Derneği kendilerine danışılmadığını belirtmişlerdir.

Sürdürülebilir turizm kavramının katılımcılar tarafından doğal, kültürel ve sosyal kaynakların devamlılığını sağlayarak ve uzun vadeli düşünülerek kullanılması olarak belirtilmiştir. Sürdürülebilir turizm kavramının çalışmaya katılan yerel yönetim ve STK'lar tarafından bir turizm türü olarak değil bir bütün olarak algılandığı belirlenmiştir. Fethiye'de doğal, kültürel ve sosyal değerlerin korunması, kaynakların verimli kullanılması ve turizmin olumsuz etkilerinin en aza indirilmesi konusunda katılımcılar görüş birliği içersindeler. Katılımcılar neler yapılması gerektiği konusunda, sürdürülebilirlik konusunda ortak bir bilincin oluşturulması, yeni tesisler inşa edilirken proje aşamasından itibaren ana plan çerçevesinde hareket edilmesi, belirlenmiş olan doğal ve kültürel envanter dikkate alınarak bölge taşıma kapasitelerinin belirlenmesi, bakir alanların muhafaza edilmesi, kolay para kazanma hırslarının engellenmesi, kültür temelli farklılaşarak bölge değerlerini ön planda tutan sürdürülebilir bir anlayışın benimsenmesi, geri dönüşüm çalışmalarının daha da desteklenmesi ve yerel mutfak konusunda faaliyette bulunan işletme sayısının artırılması şeklinde görüş belirtmişlerdir. Bu konuda katılımcıların yürüttükleri projeleri sorulduğunda, Deniz Ticaret Odası TURMEPA/Deniz Temiz Derneği ile birlikte Fethiye'ye atık su toplama teknesi alımı projesini, Çalış-Der "Kuş Cenneti" koruma çalışmalarını, Mavi Şef Derneği "Fethiye Lezzeti" projesini hayata geçirdiklerini belirtmişlerdir. FETAV ile Fethiye Eko Turizmi Geliştirme Derneği kültürel zenginliğin korunması adına Fethiye'de sürdürülebilir turizmin elzem olduğunu belirtmiştir. Ayrıca bu iki kurum, kitle turizmi kapsamında yerel halkın hizmetkâr edilmesi, onu kendi kültürel bağlarından kopardığını, bunun yerine Fethiye'ye gelen ziyaretçiye kendi işletmesinde hizmet etmesi sürdürülebilir turizmle karşılıklı olumlu etki yaratacağını düşünmektedirler. FTSO, Babadağ'da yeni bir atlama pisti inşa ederek ve 38 tane yürüyüş yolu belirlenip işaretlenme çalışması tamamlanarak bu konuda belirlenen hedefler doğrultusunda somut adımlar attıklarını dile getirmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sürdürülebilir turizm kavramı, çalışmaya katılan Fethiye'de yer alan STK'lar ve yerel yönetim tarafından doğal, kültürel ve sosyal kaynakların devamlılığını sağlanarak ve uzun vadeli düşünülerek kullanılması olarak belirtilmiştir. Sürdürülebilir turizm kavramının çalışmaya katılan yerel yönetim ve STK'lar tarafından bir turizm türü olarak değil bir bütün olarak algılandığı belirlenmiştir.

Çalışmaya katılan Fethiye'deki yerel yönetim ve STK'lar sürdürülebilir turizm konusunda yaşanan problemleri belirtmişlerdir ve sürdürülebilirlik konusunda ana planın (master plan) oluşturulmasının, kitle turizminden sürdürülebilir turizme geçişin yavaş ilerlemesine ivme kazandıracağı düşünülmektedir. Ayrıca, turistik tesislerin inşasında proje aşamasından itibaren belirlenen ana çerçevesinde ele alınması gerekmektedir. Aksi durumunda, yanlış yapılaşmadan dolayı yatırım yönetilemez hale gelmektedir ve belirli bir noktadan sonra yatırım yatırımcıyı yönetmeye başlamaktadır.

Genel olarak tüm katılımcılar Fethiye'de halkın geniş kesiminin turizmden pay aldığını düşünmektedir ve bu çalışmaya katılan Fethiye'deki yerel yönetim ve STK'ların, UNEP ve UNWTO'nun belirlediği ekonomik süreklilik, yerel refah ve sosyal eşitlik amaçlarına paralel görüşlerinin olduğunu ortaya koymaktadır.

UNEP ve UNWTO'nun belirlediği çalışan kalitesi amacına bakıldığında çalışmaya Fethiye'de katılan yerel yönetim ve STK'ların turizm sektöründe çalışan kalitesinin artırılması yönünde hem fikir olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışmaya katılan yerel yönetim ve STK'ların birçoğunun çalışan kalitesinin artırılması için projeler ve eğitim faaliyetleri gerçekleştirdiği görülmektedir. UNEP ve UNWTO'nun belirlediği çalışan kalitesi hedefinde turizm sektörünün yarattığı işlerin sayısı ve kalitesinin artırılmasıyla beraber çalışanlara ödenen ücretlerin artması ve işe alımlarda cinsiyet, ırk ve engelli olunması ve benzeri durumlarda tüm kesimlere eşit fırsatlar sunulması gerekliliği bilincinin daha da yerleştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Misafir memnuniyetinin Fethiye'de tüm kesim misafirlere hitap edecek şekilde artırılması, fiyat istikrarının sağlanması ve yerel yönetim ile STK'lar tarafından bu bilincin oluşturulmasına daha fazla katkı sağlanmasının olumlu olacağı düşünülmektedir.

Yerel yönetim ve STK'ların sürdürülebilir turizm kapsamında yürüttükleri çalışmalardan daha fazla verim alınabilmesi için koordinasyon konusunun düşünülmesi gerekmektedir. Koordinasyon eksikliği her bir örgütün yürüttüğü çalışmaların bir bütünlük oluşturmasını ve sürdürülebilirlik kavramının sektörün bütününe yayılmasını engellediği düşünülmektedir. Koordinasyon sorununun giderilmesi, sürdürülebilir turizm adına yapılan faaliyetlerin daha fazla anlam kazanmasını sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- ADIYIA Bright, STOFFELEN Arie, JENNES Britt, VANNESTA Dominique, AHEBWA Manyisa Wilber; (2015), "Analysing Governance in Tourism Value Chains to Reshape Tourist Buble in Developing Countries: The Case of Culture Tourism in Uganda", *Journal of Ecotourism*, pp.1-17.
- BERG Bruce L. (2007), *Qualitative Research Methods For The Social Sciences*, Altıncı Baskı, Boston: Pearson Education Inc.
- BERNO Tracy - Kelly BRICKER (2001), "Sustainable Tourism Development: The Long Road From Theory To Practice", *International Journal of Economic Development*, 3(3), pp.1-18.
- BRAMWELL Bill – Bernard LANE (2011), "Critical Research on The Governance of Tourism And Sustainability", *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), pp.411-421.
- CAN Emel (2008), "Sürdürülebilir Turizm ve Bozcaada", Bozcaada Değerleri Sempozyumu 25-26 Ağustos 2008, Bozcaada.
- EMEKLİ Gözde - Aydın İBRAHİMOV - Füsun SOYKAN (2006), "Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm", *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(2006): ss.51-59.
- GÖSSLING Stefan - HALL Michael C. - PEETERS Paul ve SCOTT Daniel (2010), "The Future of Tourism: Can Tourism Growth and Climate Policy be Reconciled? A Mitigation Perspective", *Tourism Recreation Research*, 35(2), ss. 119-130
- GRUNDEY Dainora (2008), "Managing Sustainable Tourism in Lithuania: Dream or Reality, *Technological and Economic Development*, 14(2), ss. 118-129
- HARMAN Serhat; (2014), "Sivil Toplum Kuruluşlarının Turizm Sistemindeki İşlevleri Üzerine Bir İnceleme", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 11(26), ss.343-360.
- HUNTER Colin (1997), "Sustainable Tourism As An Adaptive Paradigm", *Annals of Tourism Research*, 24(4), pp. 850-867
- KARA Hüdayi (2011), *Eko-Etiket*, Bölgesel Çevre Merkezi-REC Türkiye Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim Yayınları III, Ankara.
- KAYPAK Şafak (2011), "Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre", *Kahramanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (20), ss.19-33.
- MCKERCHER Bop (2003), "Sustainable Tourism Development – Guiding Principles For Planning and Management", *National Seminar on Sustainable Tourism Development* 5-9 Kasım 2003, Bişkek.
- MERCAN Şefik Okan (2010), *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bölgesel Planlama ve Turistik Ürün Oluşumu: Altınoluk Örneği Üzerine Bir Araştırma*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.

-
- ÖZDAŞLI Kürşat (2007), *Sivil Toplum Kuruluşlarında Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliği: Bir Araştırma*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Isparta.
- ÖZKÖK Ferah - GÜMÜŞ Fadime; (2009), "Sürdürülebilir Turizmde Bilginin Önemi", *18 Mart Üniversitesi Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7 (1), ss.51-72.
- ÖZMUTAF Nezih M. (2012), "Sivil Toplum Kuruluşlarında Kurum Felsefesi ve Gönüllü Takımların Yönetmel Nitelikleri: Yönetici ve Üye Perspektifi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), ss.147-166.
- PANYIK Emese; (2015), "Rural Tourism Governance: Determinants of Policymakers' Support for Tourism Development", *Tourism Planning & Development* 12(1), pp.48-72.
- SAARINEN Jarkko (2006), "Traditions of Sustainability in Tourism Studies", *Annals of Tourism Research*, 33(4), pp. 1121-1140.
- SEZGİN Mete – Abdullah KARAMAN (2008), "Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19(1), ss.506-514.
- YILDIRIM Ali - ŞİMŞEK Hasan; (2004), *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemi*, Dördüncü Baskı, Seçkin Yayınevi, Ankara.
- WEARING Stephen - MCDONALD Matthew - PONTING Jess (2005), "Building A Decommodified Research Paradigm in Tourism: The Contributions of NGOs", *Journal of Sustainable Tourism*, 13(5), ss. 424-439.
- UNEP & UNWTO, (2005), *Making Tourism More Sustainable: A Guide For Policy Makers*, WTO, Madrid.
- UNWTO, (2013), *Sustainable Tourism Governance and Management in Coastal Areas of Africa*, WTO, Madrid.

EK: Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Ekteki çalışma, Fethiye'de yer alan Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Sürdürülebilir Turizm algılarını belirlemeye yönelik hazırlanmıştır. Cevaplar yalnızca bilimsel araştırmada kullanılacaktır.

Soruların tümüne cevap vermeniz çalışmanın ciddiyeti açısından önemlidir.

Araştırma ile ilgili sorularınız için aşağıda belirtilen iletişim araçlarını kullanabilirsiniz.

Zaman ayırdığınız için sonsuz teşekkürler.

Saygılarımızla,

Yrd. Doç. Dr. Onur AKBULUT

Araş. Gör. Cemal ARTUN

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Fethiye İşletme Fakültesi

Turizm İşletmeciliği Bölümü

E-Posta: onurakbulut@mu.edu.tr

cemalartun@mu.edu.tr

Telefon: 0 5333248374

1-Sürdürülebilir turizmi, turizm çeşidi olarak mı görüyorsunuz? Nedenini lütfen aşağıda belirtiniz

Evet Hayır

2-Sizce Fethiye'nin sürdürülebilir turizm konusundaki temel sorunları var mıdır? Cevabınız evet ise sorunların neler olduğunu lütfen aşağıya belirtiniz.

Evet Hayır

3-Fethiye'de sürdürülebilir turizm ile ne amaçlanmalı lütfen aşağıya belirtiniz.

4- Fethiye özelinde baktığımızda turizmin ekonomik sürekliliğine katkınızın olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise, ne tür bir katkınız var lütfen aşağıda belirtiniz.

Evet Hayır

5-Turizm, Fethiye'de refahı artırıyor mu?

Evet Hayır

6-Yerel refah açısından baktığımızda, Fethiye'ye gelen turistlerin ilçede yaptıkları harcamadan yerel halk yeterli ölçüde pay alabiliyor mu?

Evet Hayır

7-Fethiye'de turizm kaynaklı harcamalardan elde edilen kazancın dışarıya gittiğini düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise, önlemeye yönelik bir çalışmanız veya programınız var mı lütfen aşağıda belirtiniz.

Evet Hayır

8-Fethiye'de turizmden elde edilen gelirden toplumun geniş bir kesimi yararlanabiliyor mu?

9-Fethiye'de turizm işletmelerinde ve turizmle dolaylı yoldan ilgili sektörlerdeki çalışanların kalitesini artırılması gerektiğini düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise bir eğitim programınız veya projeniz var mı ve/veya herhangi bir projeye entegre misiniz lütfen aşağıda belirtiniz.

Evet Hayır

10-Fethiye'de turist memnuniyeti sizce nasıl? Daha da artırmaya yönelik neler yapılabilir?

11-Fethiye'ye gelen turistler en çok hani konulardan şikâyetçiler?

12-Fethiye'de turizm konusunda karar alma sürecinde size danışılıyor mu? Eleştirileriniz veya önerileriniz dikkate alınıyor mu?

13-Turizmin olumsuz etkilerine karşı, kültürel zenginliği koruma konusunda ne düşünüyorsunuz? Bu konuda bir projeniz var mı? Bu konudaki çalışmalara katkınız nelerdir?

14-Fethiye'de turizm kaynaklı çevresel bozulmalara ve kirlenmelere karşı hangi önlemler alınmalı? Projeniz var mı?

15-Turizmin Fethiye'ye özgü doğal güzelliklere, biyolojik çeşitliliğe olan etkisini en aza indirmek konusunda neler yapılabilir?

16-Fethiye'de turizm konusunda kaynaklar verimli kullanılıyor mu? Bu kıt kaynakların turizm dışında başka bir sektörde daha verimli kullanılabilir mi?

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM Mİ? TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK Mİ?**KAVRAMSAL BİR TARTIŞMA****Elbeyi PELİT¹****Ahmet BAYTOK²****H.Hüseyin SOYBALI³****ÖZ**

Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma temel kavramlarının turizm sektöründeki yansımaları olarak turizmde sürdürülebilirlik veya sürdürülebilir turizmin kavramsal açıdan analizinin gerçekleştirildiği bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir turizm ile ilgili yaşanan kavramsal karışıklığı açıklığa kavuşturmaya dönük çabalara katkı sağlamaktır. Bu doğrultuda araştırmada ayrıntılı bir literatür taraması yapılmış ve literatürdeki farklı bakış açılarını ortaya koyan yaklaşımlar içerik analizi ile incelenerek; sürdürülebilir turizm mi? yoksa turizmde sürdürülebilirlik mi? bakış açılarının temel dayanak noktaları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu bakış açısından hareketle elde edilen bilgiler çerçevesinde sürdürülebilir turizm, öncülü olan sürdürülebilir kalkınmadan geliştirilmiş ve sürdürülebilir kalkınma fikrinin ve ilkelerinin turizm sektörünün ihtiyaçları bağlamında uygulanması şeklinde nihai bir sonuca ulaşılmıştır. Ayrıca sürdürülebilir turizm, felsefi açıdan tüm turizm çeşitlerinin var oldukları bölgelerde gerçekleştirilmelerinde planlama aşamasından başlayarak temel bir kriter olarak uygulanması da üzerinde durulan hususlardandır. Sürdürülebilir turizmin gelişim politika ve planlarının tüm paydaşların (özellikle yerel halkın) katılımı ile gerçekleştirilmesi gerekliliği ve kitle turizminin alternatifi olarak görülmemesi gerektiği bir diğer önemli temel bulgu olarak sayılabilir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, turizmde sürdürülebilirlik.

SUSTAINABLE TOURISM? OR SUSTAINABILITY IN TOURISM? A CONCEPTUAL DISCUSSION**ABSTRACT**

As reflection of fundamental sustainability and sustainable development concepts on the tourism industry, the purpose of this study which analyse the sustainable tourism and sustainability in tourism concepts, is to contribute to the efforts to clarify the confusion on sustainable tourism concept. In this direction, a detailed literature study was conducted and the literature approaches to the concept from different perspectives were examined by the content analysis; then the basic premise of the “sustainable tourism” and “sustainability in tourism” perspectives have tried to put forward. According to the results of this study, sustainable tourism is derived from the sustainable development and it is the application of sustainable development idea and principles in the context of the needs of the tourism industry. In addition, sustainable tourism from a philosophical standpoint is a basic criterion implemented starting from the planning phase in development of all types of tourism where they exist. The necessity in development of sustainable tourism policy and plans with the participation of all stakeholders (especially local people) and should not be seen as an alternative to mass tourism can be considered as another important key findings.

Keywords: Sustainability, sustainable development, sustainability in tourism

DOI: 10.17823/gusb.220

¹Doç.Dr.; Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, elbeyipelit@aku.edu.tr

²Doç.Dr.; Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, ahmetbaytok@aku.edu.tr

³Doç.Dr.; Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, hsoybalı@aku.edu.tr

GİRİŞ

Birçok araştırmacı doğal ve kültürel kaynakların bir sınırı olduğunu ve aşırı tüketimden zarar göreceğini belirterek, sürdürülebilir turizmin, sektörün uygun olmayan bir şekilde gelişerek ev sahibi toplum ve yöre üzerinde yarattığı, olumsuz doğal ve kültürel etkilere bir cevap olarak ortaya çıktığını vurgulamaktadırlar. Sürdürülebilir turizm; felsefi açıdan tüm turizm çeşitlerinin var oldukları bölgelerde gerçekleştirilmelerinde, planlama aşamasından başlayarak temel bir kriter olarak uygulanmasıdır. Bununla birlikte kitle turizminin (mass tourism) destinasyonlarda neden olduğu aşırı kaynak kullanımının olumsuz sonuçlarının alternatif turizm uygulamalarını zorunlu hale getirmesi nedeniyle bu kapsamda değerlendirilen turizm çeşitleri çoğunlukla sürdürülebilir turizm çeşitleri (!) olarak sayılmaktadır. Bazı araştırmacılar ise turizm sektörünün doğa odaklı bir endüstri olarak görülmemesi, hizmet olması, devlet tarafından desteklenmeyen zayıf bir endüstri olması ve endüstrinin birçok alt sektörü olması nedeniyle koordinasyonunu sağlayan bir liderlik yapısı olmaması nedeniyle sürdürülebilirliğinin sağlanmasının zor bir endüstri olduğunu belirtmektedir. Bu bakış açısını destekleyen temel düşünce turizmin ekonomik bir faaliyet olması ve sürdürülebilir turizm yaklaşımının aslında kaynakları öncelikle ekonomik bir değer olarak gördüğü düşüncesidir.

Literatüre bakıldığında **sürdürülebilir turizm** veya **turizmde sürdürülebilirlik**, turizm sektöründe ironik bir durumu yansıttığı görülmektedir. Çünkü sürdürülebilir turizm adı altında birçok kitap, makale, bildiri yazılmakla birlikte, turizm faaliyetleri çeşit olarak sayıldığında, sürdürülebilir turizm adı altında bir çeşit sayılmamaktadır. Öte taraftan konuyla ilgili gerçekleştirilen birçok araştırmada da sürdürülebilir turizmin sanki turizmin bir çeşidi olarak algılanması durumu da söz konusu olabilmektedir. Esasında sürdürülebilir turizm sektörde tüm turizm çeşitlerinin planlama, geliştirme ve uygulamalarında bir felsefe olarak yer almaktadır. Bu felsefi yaklaşımı en temel kavramsal bilgide sürdürülebilir turizm tanımlarında görmek mümkündür. Bu noktadan hareketle gerçekleştirilen bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir turizm ile ilgili yaşanan bu kavramsal karışıklığı açıklığa kavuşturmaya dönük çabalara katkı sağlamaktır. Gerçekleştirilen çalışma ile konunun derinlemesine analizinin yapılması ve bu alandaki kavramsal düzeydeki açıklamalara dahil olunarak, konunun daha iyi anlaşılmasına katkı sağlanması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda araştırmada ayrıntılı bir literatür taraması yapılmış ve literatürdeki farklı bakış açılarını ortaya koyan yaklaşımlar içerik analizi ile incelenmiş; **sürdürülebilir turizm mi?** yoksa **turizmde sürdürülebilirlik mi?** bakış açılarının temel dayanak noktaları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Böylelikle, özellikle ülkemizde bu alanda kısıtlı olan literatüre de katkı sağlanması hedeflenmiştir.

I. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA

Dünya kapalı sistem bir uzay gemisi olarak düşünüldüğünde kendi sisteminin devamını sağlayabilmek için sahip olduğu kaynakları (özellikle doğal) sürdürülebilir kullanmak zorundadır (Sharpley, 2000: 6). Gerçekte insanoğlu dışında doğal kaynakların kullanımları değerlendirilmesinde

doğa ve onun içindeki hayvanların ve diğer canlıların birbirleriyle ilişkisinde olumlu etkiye dayalı bir uyum söz konusudur (Hardy, Beeton ve Pearson, 2002: 476). Ancak insanlar sadece kendi kaderleri üzerinde değil, diğer tüm organizmalarında kaderleri üzerinde kontrole sahiptirler (Gunn, 1994: 82). Doğal kaynakların insanlar tarafından bilinçsiz ve sadece ekonomik amaçlı kullanımı doğanın dengesini bozmakta ve türlerin ve çevrenin bundan zarar görmesi sonucunu doğurmaktadır. Günümüzde insanoğlu tarafından gerçekleştirilen endüstrileşme ve bilinçsiz toprak kullanımına bağlı olarak ortaya çıkan, küresel ısınma ve buna bağlı iklim değişikliği, ekolojik dengenin bozulması, hava, su, gıda kirliliği, asit yağmurları, ozon tabakasının delinmesi, buzulların erimesi gibi çevresel sorunlar sadece doğal denge ve türleri değil, insanların sosyal ve ekonomik sistemlerini de etkilemektedir (Gössling ve Hall, 2006: 5-6; Inskeep, 1991: 344-347). İnsan faaliyetlerinin doğal kaynaklar üzerinde neden olduğu bu etkilerin azaltılması ve ortadan kaldırılması düşüncesi sürdürülebilirlik kavramını ortaya çıkarmıştır. Uzun dönemde kaynak kullanımında ekonomik, sosyal ve çevresel amaçlar arasında dengenin yeniden kurulmasını ifade eden sürdürülebilirlik (Demir ve Çevirgen, 2006: 94), sadece bugünü ve bugünün gereksinimlerini değil, geleceği ve geleceğin gereksinimlerinin de dikkate alınmasını gerektiren bir anlam ve içeriğe sahip ekonomik ve toplumsal bir kavramdır (Tuna, 2007: 27).

Sürdürülebilirlik, bir toplumun, ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tükenmeden ya da sistemin hayati bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi yeteneğidir (Demir ve Çevirgen, 2006: 94-95) Middleton ve Hawkins (1998: 247) ise sürdürülebilirliğin “insan nüfusunun faaliyetleri ile birlikte onların doğal, sosyal ve kültürel çevreleri arasında uyumun bulunduğu bir denge durumunu ifade ettiğini” belirtmektedirler.

Sürdürülebilirlik fikrinin temeli 1970’lerde gelişen çevrecilik görüşüne dayanmaktadır (Lui, 2003: 460). Kaynakların bilinçsiz kullanımı sonucu oluşan olumsuzlukların ortadan kaldırılmasını kapsayan sürdürülebilirlik ile ilgili uluslararası girişim ve düzenlemelere bakıldığında sürdürülebilirlik temasının ilk olarak İsveç’in Stockholm kentinde Haziran 1972’de yapılan Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansın da gündeme geldiği görülmektedir. Uluslararası Doğa ve Doğal Kaynakları Koruma Birliği (International Union of Conservation of Nature -IUCN) tarafından hazırlanan ve Birleşmiş Milletler tarafından 1982 yılında kabul edilen Dünya Doğa Antlaşması’nda ise ilk kez sürdürülebilirlik temasına yer verilmiştir. İlgili anlaşma “her bir canlı varlığın tek olduğu ve insan türüne katkısına bakılmaksızın saygı duyulması gerektiğini kabul etmekte, bunun yanında, insanlığın doğal kaynaklara bağımlılığının anlaşılması ve kaynakların plansız kullanımının kontrol edilmesini istemektedir”. Sürdürülebilir bir dünya ve çevre için ilk kriterler ise 1992 yılında organize edilen Rio Konferansında ortaya konmuştur.

Sürdürülebilirliğin çevre, toplum ve ekonomik düzeyde amacına uygun olarak planlanması ve uygulanmasının kavramsal bazı ilkelere göre düzenlenmesi gereklidir. Bu amaçlı benimsenmiş yedi ilke şu şekilde sayılabilir (Tuna, 2007: 27-28):

Gelecek Kaygısı: Kalkınmanın zamanla ortaya çıkaracağı olumlu ve olumsuz etkiler, politikacılar ve iş dünyasının öngörülerinden daha geniş bir bakış açısıyla ele alınmalıdır.

Kuşaklar Arası Eşitlik: Günümüz kuşaklarının kaynak kullanımı gelecek kuşakların kaynak kullanımını engellememelidir.

Katılım: Kalkınmadan etkilenen tüm toplumsal ve politik gruplar kalkınma ile ilgili tartışma ve karar alma süreçlerine katılmalıdır.

Ekonomik ve Çevresel Faktörlerin Dengesi: Kararlar sadece ekonomik maliyet faktörlerine göre değil daha geniş boyutta ele alınmalı ve çevresel faktörler kalkınmanın temel ve değişmez faktörleri arasında sayılmalıdır.

Niceliksel Kadar Niteliksel Unsurlara da Dikkat Edilmelidir: Kararlar en düşük maliyet ilkesine göre değil, uzun vadede en az çevresel zarar ilkesine göre alınmalıdır.

Yerel Ekosistemlerin Dikkate Alınması: Kalkınma yerel toplumsal, politik, tarımsal ve ekolojik sistemlerin sürdürülebilirliğini hedeflemelidir.

Brundtland Raporu gibi uluslararası örgütlerce yapılan çalışmalar sonucunda ise sürdürülebilirlik için bütüncü bir planlama ve strateji geliştirme, temel ekolojik süreçleri koruma, insanlık mirasını ve biyolojik çeşitliliği koruma, verimliliğin uzun dönemde yayılmasına ve gelecek kuşaklara ulaşmasına izin veren büyüme modelleri, ekonomik büyüme ile doğal kaynaklar arasında denge, ülkeler arasında var oluş hakkı ile imkânlar arasında denge ilkeleri geliştirilmiştir (Demir ve Çevirgen, 2006: 93-94).

Sürdürülebilirlik ile ilgili ilkeler genel olarak değerlendirildiğinde temel odak noktasının çevre, toplum ve ekonomik kalkınma olduğu görülmektedir. Bununla birlikte bu üç unsur arasında dengeli bir ilişki ilkelerin temelini oluşturmaktadır.

Sürdürülebilir Kalkınma: Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma kavramı ile birlikte değerlendirilir. Çünkü sürdürülebilirliğin sağlanması sürdürülebilir kalkınma ile mümkündür. Sürdürülebilir kalkınma kavramının öncüllerini II. Dünya savaşıdan sonra gelişen modern çevrecilik yöneliminde görmek mümkündür. Birçok araştırma kavramın ilk olarak Dünya Çevre ve Gelişme Komisyonu (World Commission on Environment and Development- WCED) tarafından hazırlanan “Ortak Geleceğimiz (OurCommonFuture)” diğer bir adı Brundtland Raporunda yer aldığını belirtmektedir. Gerçekte sürdürülebilir kalkınma ilgili rapor ile politik alanın gündemine girmiş ve turizmde dahil olduğu daha geniş sektörel bakış açılarıyla değerlendirilmesinin başlangıcı olmuştur (Weaver ve Lawton, 1999: 9). 1992 yılındaki Rio Zirvesinde sürdürülebilir kalkınmanın küresel düzeyde kurumsallaşmasının temelleri atılmıştır. Stockholm Konferansının 20. yılındaki Dünya Zirvesinde Çevre ve Kalkınma ile ilgili Rio Deklarasyonu ve Gündem 21 (Agenda 21) hazırlanmıştır.

İlgili çalışmalar sürdürülebilir kalkınma için küresel bir eylem planı oluşturmuşlardır. 1997 yılında New York'ta Dünya Zirvesi+5 toplanmış, 2002 yılında Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi Johannesburg'ta yapılmış, 2007 yılında ise Hükümetler Arası İklim Değişikliği Paneli düzenlenmiştir (Drexhage ve Murphy, 2010: 7-10). Brundtland Raporunda, “günümüzün ihtiyaçlarını gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılayabilmek” (WCED, 1987: 43) olarak tanımlanan sürdürülebilir kalkınma, ayrıca “temel çevresel, sosyal ve ekonomik hizmetlerin bu hizmetlerin dayandığı ekolojik ve toplumsal sistemlerin varlığını tehdit etmeksizin, herkese sunulabildiği gelişme” (Kahraman ve Türkay, 2006: 77) olarak tanımlanmaktadır.

Sürdürülebilir kalkınma özünde ekonomik kalkınma teorisi ve çevrecilik yaklaşımlarının birleşiminin sonucudur (Hardy ve Beeton, 2001: 169; Hardy, Beeton ve Pearson, 2002: 475; Sharpley, 2000: 2). Kaynak kullanımında klasik korumacılık kavramından farklı olarak toplumların ve halkların bağlı olduğu sosyal ve ekolojik sistemleri bozmadan pozitif sosyo-ekonomik değişim oluşturmayı (Gunn, 1994: 85) amaçlayan sürdürülebilir kalkınma çevre, ekonomi ve toplum arasında karmaşık ve birbiriyle çakışan bir ilişki olduğunu ifade eder. Bu yüzden sürdürülebilir kalkınma kavramının açıklanmasında toplumun refahını arttırmada ekonomik kalkınmanın rolü, insan nüfusundaki artışın önemi ve etkisi, kalkınmada mevcut çevresel sınırların varlığı, ekonomik kalkınma ve teknik yenilikler vasıtasıyla insan yapımı kaynaklar ile doğal kaynakların yenilenmesinin sağlanması, ekonomik kalkınma ile ortaya çıkabilecek istenmeyen çevresel etkilerin çevresel etki değerlendirmesi ve çevresel kontrol gibi yönetim metotlarını kapsayan teknolojiler sayesinde önlenilme yeteneği, doğal yaşam ve insan dışındaki diğer canlı türlerinin hakları konusundaki değerlerin anlamı, kalkınma aşamasında ekosistem yaklaşımı ve ekosistemin fonksiyonel bütünlüğünün sürdürülebilmesinin önemi temel konular göz önünde bulundurulmalıdır (Hunter, 1997: 852).

Sürdürülebilir kalkınma kavramının ele alındığı ilk dönemden günümüze kadar yapılmış çalışmalara bakıldığında ekonomik kalkınma, sosyal eşitlik ve çevre koruma konularının sürdürülebilir olarak ele alınmasında kalkınma ölçütlerinin ve planlarının iyi belirlenmiş olmasına rağmen uygulamada sürekli sorunlar yaşandığı vurgulanmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde uygulamaların gerçekleştirilmesinde problemler olduğu belirtilmektedir (Drexhage ve Murphy, 2010: 6).

II. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Sürdürülebilir turizm 1970'lerde turizmin neden olduğu çevresel bozulma ve toplumların geleneksel kültürlerinde ciddi olumsuz etkilere çözüm olarak gelişmeye başlamıştır (Bramwell ve Lane, 2012:1). Turizm sektörü içinde var olduğu doğal ve insan yapısı sosyo-kültürel çevre üzerinde hiçbir olumsuz etkisi olmayan ekonomik bir aktivite olarak görülemez. Turizm endüstrisi çevresel kaynakları kullanarak faaliyet gösteren ve bunları tüketici pazarında satışa dönüştüren bir endüstridir (Garrod ve Fyall, 1998: 199). Doğal değerler başta olmak üzere kültürel ve sosyal değerleri ile ilgili

temiz ve sağlıklı bir çevrede gelişebilen bir faaliyet olan turizm için doğal alanların korunması ve geliştirilmesi sektörün varlığı ve ekonomik faydalarının devamı için hayati öneme sahiptir (Mathieson ve Wall, 1982: 97). İnsanların turizm amaçlı bir destinasyona yönelimlerinde ilgili destinasyonun sahip olduğu doğal kaynaklar öncelikli sebeplerden birisidir (Martin, 2005: 575).

Dünyanın en önemli sektörlerinden birisi olan turizm sektöründen ekonomik boyutta daha fazla yararlanma çabasına bağlı olarak turizm aktivitelerinin çeşitlenmesi ve turizme katılan insan sayısının artması turistik bölgelerin tahrip olmasına ve bu bölgelerdeki doğal ortamın bozulmasına ve sosyal ve kültürel açıdan dejenerasyona neden olmaktadır. Bu bozulmayı önleme veya azaltma düşüncesi turizmde sürdürülebilirlik uygulamalarını gerekli hale getirmektedir. Doğal ve kültürel kaynakların bir sınırı olduğunu ve aşırı tüketimde zarar göreceğini belirten Aransson (1994), sürdürülebilir turizmin, turizm sektörünün uygun olmayan bir şekilde gelişerek ev sahibi toplum ve yöre üzerinde yarattığı, olumsuz doğal ve kültürel etkilere bir cevap olarak ortaya çıktığını vurgulamaktadır. Turizm sektöründe özellikle doğal kaynakların kullanımında büyük önem taşıyan sürdürülebilirlik, doğal, tarihi, kültürel kaynakların, temel ekolojik süreçlerin ve biyolojik çeşitliliğin zarar görmemesi ve korunması anlamına gelmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006: 99).

Sürdürülebilir turizm sektörde tüm turizm çeşitlerinin planlama, geliştirme ve uygulamalarında bir felsefe olarak yer alır (Edgell vd., 2007: 194; Kahraman ve Türkay, 2006: 97). Bu felsefi yaklaşımı sürdürülebilir turizm tanımlarında da görmek mümkündür. Hughes (1995: 54)sürdürülebilir turizmi “çevresel kaynakların bugünün turistlerinin ihtiyaçlarının ve zevklerinin karşılanması için kullanılması ve geliştirilmesini aynı zamanda bu kaynakların gelecekteki turistlerin ve yerel halkın faydaları için korunması” olarak tanımlamaktadır. Tanımdaki “çevresel” kelimesi fiziksel peyzaj ve insan yapısı tarihi binaları kapsamaktadır. Kahraman ve Türkay (2006: 96) sürdürülebilir turizmi “turistlerin ve yerel halkın gereksinimlerinin gelecek kuşakların gereksinimlerinden ödün verilmeden karşılanması” olarak ifade etmektedirler. Dünya Turizm Örgütü (DTÖ) ise sürdürülebilir turizmi, “ev sahibi ülkenin yaşam kalitesini geliştiren, misafirler için yüksek kaliteli hizmet tecrübesi sağlayan ve alanların çevre kalitesini arttıran bir turizm biçimi” olarak tanımlamaktadır (Erdoğan, 2003: 100). Tanımlar incelendiğinde odak noktasının bir turizm faaliyetinden çok paydaşların turizm faaliyetlerinden etkilenmeleri ve onların beklentilerinin karşılanmasına vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu nedenle sürdürülebilir turizm mevcut bir yapı veya durumun doğasında olan bir karakteristik değil turizmin başarmak için çabalamak zorunda olduğu bir amaçtır (Clarke, 1997: 224). Sürdürülebilir turizmin gelişmesinin temel nedenlerini şu şekilde saymak mümkündür (Edgell vd., 2007: 194-195; Demir ve Çevirgen, 2006: 115-116):

-Doğal, sosyal ve kültürel kaynakların korunması için sürdürülebilirlik uygulamaları gereklidir.

-Turizm destinasyonlarının taşıma kapasitesinin aşılması için sürdürülebilirlik uygulamaları gereklidir.

-Bitki ve hayvan türlerinin (Flora ve Fauna), korunması için sürdürülebilirlik gereklidir.
-Turizmin ekonomik değer yaratma düzeyinin korunması için sürdürülebilirlik gereklidir.
-Turizmin sadece ekonomik boyutuyla değerlendirilmemesi için sürdürülebilirlik gereklidir.
-Turizmin planlı gelişmesi ve uygulanması için sürdürülebilirlik ilkelerine uyulması gereklidir.
-Yerel halkın ekonomik yönden refahının artırılması, sosyal ve kültürel zenginliklerinin korunabilmesi ve farklı kültürlerle etkileşimle yaşaması olası dejenerasyonun önlenmesi için sürdürülebilirlik gereklidir.

Sürdürülebilirliğin kavramsal bilgileri doğrultusunda sürdürülebilir gelişmenin amaçlarından birisi insanların yaşam standardının yükseltilmesidir. Ancak yaşadığımız gezegenin ne kadar insan nüfusunu ve faaliyetlerini karşılayabileceğinin bir sınırı vardır. Bu felsefe turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği yerler içinde geçerlidir ve bu durum endüstriye özgü fırsatlar ve zorluklar ortaya çıkarmaktadır. Bunlar (Atherton, 1993: 2);

- Turizm talebi ile gidilen destinasyonun çevre kalitesi arasındaki ilişki vardır.
- Turizm doğal kaynakları, madencilik, ormancılık ve avcılık gibi tüketim endüstrilerinden daha sürdürülebilir kullanır.
- Turizm, destinasyonların nüfusunun artmasına neden olur ve bazı turizm faaliyetleri daha az sürdürülebilir.
- İyi yönetilmiş turizm faaliyetleri bir bölgenin doğal ve kültürel zenginliklerini korumanın en önemli kaynağı olabilir.
- Sürdürülebilir turizm bazen eko-turizm kisvesi altında turist ve destinasyonlar için bir kült haline gelebilir.

Sürdürülebilir turizm veya turizm faaliyetlerinde sürdürülebilirliğin sağlanması, ilgili bölgede turizmin geleceğinin önemli bir belirleyicisidir. Turizm destinasyonlarının yaşam eğrileri turizm sektörüne yönelik planlamaların ve uygulamaların sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda doğru belirlenmesi ile uzatılabilir. Bu doğrultuda Dünya Turizm Örgütü'ne göre sürdürülebilir turizm aşağıda sıralanan unsurları sağlamalıdır. Bunlar (Wearing ve Neil, 2009: 10);

- Turizmin gelişmesinde anahtar elemanlar olan çevresel kaynakların optimal kullanımını sağlamalıdır. Bunun için doğal bölgelerin ve biyolojik çeşitliliğin korunmasına yönelik ekolojik süreçlerin oluşturulması gereklidir.
- Yerel toplulukların sosyo-kültürel otantik değerlerine saygı duymalı, geleneksel değerlerin korunması ve yaşatılmasına destek sağlamalı ve kültürler arası toleransı arttırmalıdır.
- Yoksulluğun azaltılmasına katkı sağlamalı, uygun uzun dönemli ekonomik faaliyetler geliştirilmeli ve yerel halkın tüm kesimlerinin elde edilen gelirlerden işgücü ve işveren olarak faydalanmasına olanak sağlanmalıdır.

Turistler, turizm endüstrisi, endüstri birlikleri, konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, tur operatörleri ve ülkelerin turizmden sorumlu kamu otoriteleri için Dünya Doğayı

Koruma Vakfı (World WideFundFor Nature-WWF) (Garrod ve Fyall, 1998: 202) ve Kanada Turizm Endüstrisi Birliği (TheTourism Industry Association of Canada) (Fennell,1999: 21) tarafından hazırlanan rehberin turizmde sürdürülebilirlik felsefesi doğrultusunda sektöre yön gösterebilecek sürdürülebilirlik ilkelerini sıralamıştır. Söz konusu bu ilkelerin genel içerikleri şu şekildedir:

Kaynakların Sürdürülebilir Kullanımı: Kaynakların (doğal, sosyal ve kültürel) korunması ve sürdürülebilir kullanımı uzun dönemli iş olanaklarının geliştirilmesinde çok önemlidir.

Aşırı Tüketimin Ve Atıkların Azaltılması: Aşırı tüketimin ve atıkların azaltılması uzun dönemli çevresel tahribatı gidermenin maliyetlerini azaltır ve turizmin kalitesine katkı yapar.

Çeşitliliğin Korunması: Doğal, sosyal ve kültürel çeşitliliği korumak ve geliştirmek uzun dönemli sürdürülebilir turizm için bir gerekliliktir ve endüstriye esneklik kazandırır.

Turizmi Planlama Kapsamına Almak: Ulusal ve bölgesel stratejik planlamalara turizm gelişmesini dâhil etmek, sektörün uzun dönemli varlığını artırır.

Yerel Ekonomilerin Desteklenmesi: Turizm birçok yerel ekonomik faaliyeti destekleyen ve çevresel maliyetler oluşturan bir sektör olarak dikkate alınmalı ve yerel ekonomileri desteklenmesi sağlanırken çevreye zararları en aza indirilmelidir.

Yerel Toplumu Kapsaması: Turizm sektöründe yerel toplumun tam katılımı genel olarak onlara ve çevreye sadece faydalar sağlamaz aynı zamanda turizm deneyiminin kalitesini de geliştirir.

İlgili Gruplara Ve Halka Danışma: Eğer turizm endüstrisi ve yerel topluluklar, örgütler ve kurumlar birlikte çalışmak ve ilgi alanlarındaki çatışmaları çözmek istiyorlarsa aralarında istişare etmelidirler.

Personel Eğitimi: Her kademedeki istihdam edilen genel ve yerel halktan personeli de kapsayan personel eğitimi sürdürülebilir turizmi iş uygulamalarına entegre etmek anlamına gelir ve turizm ürününün kalitesini geliştirir.

Sorumlu Bir Turizm Pazarlaması Anlayışı: Sorumlu pazarlama anlayışı turistleri destinasyonun doğal, sosyal ve kültürel çevresi hakkında tam bilgi sahibi yapmayı ve bunlara saygı göstermeyi amaçlar. Bunun yanında turistlerin tatmini de sağlar.

Araştırma sorumluluğu: Devamlı araştırma ve gözlemlerle bilgileri toplamak ve bu bilgileri iyi analiz ederek problemleri çözüme ve destinasyona, endüstriye ve tüketicilere fayda sağlamada kullanmak esastır.

Turizm sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanmasında başarının ön koşulu koordinasyondur. Bu nedenle sürdürülebilir turizm gelişmesinin sağlanmasında tüm paydaşların yer alması çok önemlidir. Ayrıca sürdürülebilir turizm gelişmesini başarmak sürekli bir süreç olarak değerlendirilmesi ile mümkündür. Gelen turistlerin deneyimlerini arttırmak ve tatminlerini yükseltmek dikkate alınması gereken bir diğer önemli husustur. Bu sağlanırken turistlerde özellikle çevre duyarlılığı sağlama temel hedeflerden birisi olarak görülmelidir (Wearing ve Neil, 2009: 10). McCool (1995) sürdürülebilir turizmin başarılı olabilmesi için insanların şu dört unsuru dikkate almaları

gerektiğini belirtmektedir. Bunlar: Turistler doğal çevreyi nasıl değerlendiriyorlar ve kullanıyorlar. Toplumlar turizmi nasıl geliştiriyorlar. Turizmin sosyal ve ekolojik etkilerinin neler olduğunun tanımlanması. Turizmin sosyal ve ekolojik etkilerinin yönetimi.

McCool'un önerileri dikkate alındığında sürdürülebilir turizmin temel belirleyicileri olarak sayılan unsurların iyi belirlenmesi ve bunların kullanım kriterlerinin iyi planlaması başarılı olmanın koşulları olarak gösterilebilir. WTO'nun sürdürülebilir turizm için belirlediği temel belirleyiciler şu şekilde sayılabilir (Fennell, 1999: 17; Wearing, 2006: 30):

Alanın Korunması: IUCN indeksine göre alanın kategorileri neler?

Stres: Alanı ziyaret eden turist sayısı (her yıl/en yüksek ayda).

Kullanım Yoğunluğu: Yüksek sezonda kullanım yoğunluğu (kişi/hektar).

Sosyal Etkiler: Yerel halk turist oranı ne (yüksek sezonda ve zaman içinde).

Gelişme Kontrolü: Çevresel inceleme prosedürünün varlığı veya alanın gelişme ve kullanım yoğunluğu üzerinde resmi kontrollerin varlığı.

Atık Yönetimi: Arıtmadan sonraki kanalizasyon oranı.

Planlama Süreçleri: Turist destinasyon bölgesi olarak düzenlenmiş bir bölgesel planın varlığı.

Kritik Ekosistemler: Nadir veya nesli tehlikedeki türlerin sayısı.

Müşteri Tatmini: Ziyaretçilerin tatmin düzeyi, *Yerel tatmin:* ziyaretçilerin tatmin düzeyi.

Turizmin Yerel Ekonomiye Katkısı: Turizm tarafından oluşturulan toplam ekonomik aktivitelerin oranı. Sürdürülebilir turizm ile genel belirleyiciler dikkate alınarak her bölge kendi temel belirleyicilerini oluşturmalıdır. Bunun üç temel sebebinden ilki pazarlama amaçlı manipülasyon yapılmasından sakınmak, ikincisi önemli özel politik hedeflere ulaşmak için sürdürülebilir gelişmenin önemli aşamalarının atlanması riskini azaltmak ve son olarak hükümetin farklı kademelerindeki bölümler tarafından önerilen sürdürülebilir turizm stratejilerinin arasında uygunluğu teşvik etmektir (Tanguay, Rajaonson ve Therrien, 2013: 864):

Turizm sektöründe sürdürülebilir turizm uygulamalarına yönelimin temel nedeni doğal çevre başta olmak üzere destinasyonun turistik arz verilerinin korunmasının gerekliliğidir. Doğal çevre dışında sosyal yapı ve kültürel özelliklerin korunması ve yerel halkın refahının artırılması sürdürülebilir turizm uygulamalarının nedenlerini oluşturmaktadır. Turizm iyi planlanmaz ve uygulanmaz ise diğer sektörler gibi, destinasyon kaynakları üzerinde olumsuz etkiler yaratma potansiyeli bulunan bir sektördür. Bir destinasyonda turizm sektörünün geliştirilmesinde saf ekonomik faydaları maksimize etme üzerinde odaklanıldığında bu durum ortaya çıkmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006: 115). McKercher (1993) turizm sektörünün doğa odaklı bir endüstri olarak görülmemesi, hizmet olması, devlet tarafından desteklenmeyen zayıf bir endüstri olması ve endüstrinin birçok alt sektörü olması nedeniyle koordinasyonunu sağlayan bir liderlik yapısı olmaması nedeniyle sürdürülebilirliğin sağlanmasının zor bir endüstri olduğunu belirtmektedir.

III. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM Mİ? TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK Mİ? KAVRAMSAL ELEŞTİRİ

Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm kavramları literatürde iyi tanımlanmış olmakla birlikte birbirlerinin yerine kullanılabilen kavramlardır (Lui, 2003: 460). Bu durum sürdürülebilir turizm mi? Yoksa turizmde sürdürülebilirlik mi? Sorularının cevaplandırılmasını güçleştirmektedir. Literatürde farklı araştırmacıların (Hardy ve Beeton, 2001; Garrod ve Fyall, 1998; Bramwell ve Lane, 2011; Edgell vd. 2007; Berry ve Ladkin, 1997) sürdürülebilir turizmin kavramsallaştırılmasına yönelik ifadeleri dikkate alındığında genel kanaatin kavramsal olarak sürdürülebilir turizmin bir genel fikrin bir sektöre uygulanması olduğu görülmektedir. Örneğin

Hardy ve Beeton, (2001:169) ve Garrod ve Fyall, (1998: 200) sürdürülebilir turizm kavramının, öncülü olan sürdürülebilir kalkınmadan geliştirildiğine belirtmektedir. Bramwell ve Lane (2011: 413) ise sürdürülebilir turizm sürdürülebilir kalkınma fikrinin turizm sektöründe uygulanması olarak ifade etmektedirler. Tao ve Wall (2009: 90) sürdürülebilir turizm sürdürülebilir gelişmenin türevi olarak ifade ederken, Edgell vd. (2007: 194)'ne göre sürdürülebilir turizm, felsefi açıdan tüm turizm çeşitlerinin var oldukları bölgelerde gerçekleştirilmelerinde planlama aşamasından başlayarak temel bir kriter olarak uygulanmasıdır. Bir başka bakış açısında sürdürülebilir turizm sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin turizmin ihtiyaçları bağlamında transferidir (Hardy ve Beeton, 2001:169). Berry ve Ladkin (1997: 435) sürdürülebilir turizm sürdürülebilir turizm gelişmesinin görünür hale (uygulama) dönüşümü potansiyelini ifade ettiğini belirtmekte, ancak uygun politikaların uygulanması diğer ifade ile fikirlerin uygulamaya dönüştürülmesi ile potansiyelini gerçekleştirebileceğine vurgu yapmaktadır. Sürdürülebilir turizm olumsuz etkileri minimize eden, olumlu etkileri ise maksimize etmeyi amaçlayan bir yaklaşım olarak değerlendiren Weaver (2006:10), kavramı bu doğrultuda sürdürülebilir kalkınmanın bir formu (örn. süreç olarak kalkınma) sonrasında ise başarının aracı olarak (örn. amaç olarak kalkınma) görmekte ve iki kavram (sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir kalkınma) arasında sanıldığı gibi doğrudan bir ilişki olmadığını belirtmektedir.

Farklı araştırmacıların (Hunter, 1995; Hunter, 1997; Clarke, 1997; Jafari, 1989,2001; Butler, 1999; Weaver, 2006) turizmde sürdürülebilirlik ile ilgili yaklaşımlarının ortaya konması ve yaklaşımlardaki odak noktalarının belirlenmesi sürdürülebilir turizmin kavramsal boyutta anlaşılmasına katkı sağlayacak ve ne olarak görüldüğünü ortaya koyacaktır.

Hunter (1995) sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir kalkınma arasındaki ilişkiyi ilk araştıran araştırmacıdır. Araştırmacı sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir kalkınma arasındaki ilişkiyi daldırma terimi ile ifade etmekte ve iki kavramın karşılıklı ilişkisi olduğunu ve bazı alanlarının ortak olduğunu belirtmekte ancak bununla birlikte bileşenlerinin tamamen uyuşmadığını savunmaktadır. Sürdürülebilir turizmin dar kapsamlı katkı sağladığına vurgu yapan araştırmacıya göre sürdürülebilir kalkınma sürdürülebilir turizmden daha önemlidir (Akt. Johnston, 2014: 201-202). Hunter (1997) sürdürülebilir turizm fikrinin turizmin sürdürülebilir kalkınmayı desteklemedeki rolünü arttırdığını

belirttiği bir başka çalışmada bu desteğin dört boyutlu (turizm merkezli, ürün liderliği, çevre liderliği, neotenous turizm) olarak ortaya çıktığını belirtmektedir. bunlar aşağıda sunulmuştur:

Turizm Merkezli: Sürdürülebilir kalkınmanın en zayıf şeklidir. Turizmin sektör olarak gelişmesi ve turistlerin ve tur operatörlerinin istek ve ihtiyaçlarının karşılanması öncelikli yaklaşımdır. Yaklaşımda turizmin geliştirileceği bölgede açlık ve bozulma bulunmalıdır. Turizm aktiviteleri bölgede halen var olan ve çevreye zarar veren diğer ekonomik faaliyetlerin sağladığından daha fazla refah getirmelidir. Turizmin gelişmesi bölgedeki kaynaklara daha fazla zarar veren diğer kaynakların yerini almalıdır. Bu sayede turizm hem çevresel kaynakların korunmasını hem de yerel halkın eğitimini sağlayarak doğal kaynakların yok olmasını miktar ve/veya kalite olarak azaltır ve korur.

Ürün Liderliği: Turizmin gelişmiş olduğu bölgelerdeki sürdürülebilirlik uygulamalarıdır. Turizmin yerel ekonomide temel alan olduğu bölgelerde kolaylıkla uygulanabilir. Turizmin bölgede gelişmesi diğer kırılgan bölgelerin turizm veya diğer sektörler yoluyla bozulmasını engeller. Bu nedenle turizmin popüler olduğu destinasyonlarda ekonomik sektör olarak önemini koruması diğer bölgeleri koruma yanında kamu ve özel sektör işbirliği ile gelişimin kontrollü ve doğal kaynaklara zarar vermeyecek şekilde yürütülmesini mümkün kılar.

Çevre Liderliği: Turizm ve çevre sistemi arasında çarpık ilişkinin olduğu bölgelerde, çevre odaklı yaklaşımın benimsenmesini öneren boyuttur. Turizmin hiç olmadığı veya yeni gelişim gösterdiği bölgelere uygundur. Amaç doğaya ve kültürel değerlere duyarlı turizm çeşitlerinin(örn. Eko-turizm) geliştirilmesidir. Doğal kaynakların taşıma kapasitesi turizm çeşitlerinin oluşturulmasında temel sınırlayıcı olarak kullanılır. Bu yaklaşımda hala güçlü ürün odaklı görülse de pazarlama faaliyetlerinde esas odağın çevre olması farklılığıdır. Yaklaşımda bazı bölgelere girişlerin sınırlandırılması ve geliştiği bölgedeki işletmelerin uygulamaları ile çevreye duyarlılık göstermesi niş pazarlar oluşturmada katkı sağlar.

Neotenous Turizm: Bu yaklaşım çok güçlü bir sürdürülebilirlik yaklaşımıdır. Yaklaşımına göre turizm ekolojik temele göre geliştirilmelidir. Bazı bölgelerde (örn. ulusal ve uluslararası önemi olan doğal rezervler) daha üstün amaçlar için gerekirse turizmden vazgeçilmelidir. Turizmin ekolojik sisteme hiç olumsuz etkisinin olmaması düşünülemez. Ancak bu yaklaşımda en ideal şekilde çevre koruma ilkeleri uygulanmalıdır. Turizmin giriş ve gelişim aşamalarında olduğu bölgelerde macera turistleri, küçük turist grupları ve araştırma yapma amaçlı gelen grupların kullanımına izin verilen yaklaşımdır. Amaç yenilenemez veya yenilenmesi zor olan kaynakların kullanımını en alt düzeye indirmektir.

Clarke (1997) sürdürülebilir turizmi ikili takım olarak dörtlü konumlandırmaktadır. İlk ikili, sürdürülebilir turizmi, turizmin belli ölçeklerine bağlı olarak değerlendirmektedir. Diğer ikili ise sektörün olumsuz etkilerini azaltmasını sağlayacak amaçları gerçekleştirme olarak ele almaktadır.

Konumlandırma 1 (Zıtlık yaklaşımı): Sürdürülebilir turizm ve kitle turizmini klişe tabirle iyi ve kötü olarak gören anlayışa göre olumsuz sosyal ve çevresel etkilerin yaşandığı destinasyonlar kitle

turizm destinasyonlarıdır. Kuşkusuz kitle turizmi ölçeğe dayalıdır ve gerçekleştirilen turizm faaliyetinin ölçeği zıttının özelliklerini tanımlamada belirleyicidir. Bu yaklaşımı benimseyen araştırmacılar küçük ölçek özellikleri ile sürdürülebilir turizmi mevcut turizm türlerinin karşıtı olarak görmüşler ve kitle turizminin karşıtılarını sürdürülebilir turizm olarak ifade etmişlerdir. Kısaca küçük sürdürülebilir ile aynı değerlendirilmiştir.

Konumlandırma 2(Süreklilik yaklaşımı): 1990’larda zıtlık yaklaşımı verimsizlik nedeniyle (özellikle ekonomik açıdan) reddedilmiş ve ilk fikirlerin esnek adaptasyonu ortaya çıkmıştır. Örneğin sürdürülebilir turizm kitle turizminin altyapı, ulaşım ve rezervasyon sistemlerinden faydalanabilir. Bu konumlandırmada ölçek hala tanımlama kriteridir. Ancak sürdürülebilir turizm içedönük bakış açısıyla diğer sektörlerin önemini ihmal eden bir yaklaşıma sahiptir. Bu sürdürülebilir kalkınmanın daha geniş bakış açısıyla uyumsuzluk gösterir.

Konumlandırma 3 (Hareket yaklaşımı): ilk iki yaklaşım talebin kitle turizminden daha sürdürülebilir formlara değişimini sağlamıştır. Bu doğrultuda sürdürülebilir turizm tanımında üç anahtar değişim ortaya çıkmıştır. Birincisi, büyüklük ölçek olarak bir hedef haline gelmiş olmakla birlikte kitle turizminin varlığı eleştiri konusu olmaktan çıkmış ve kalkınma konusu olmuştur. İkincisi, sürdürülebilir turizm turizmin mevcut büyüklük ölçeğini belirleme kriteri olmaktan çıkmış ulaşım istenen bir amaç haline gelmiştir. Üçüncüsü, turizm çeşitleri sürdürülebilir veya sürdürülebilir mi? tartışmasından mevcut bilgileri harekete geçirmek ve amaca ulaşmak için uygulama çabalarına odaklanma yönelimi artmıştır. Bu doğrultuda küresel etkiler, ekolojik ve fiziksel etkiler, çevre yönetim sistemleri çevresel etki değerlemesi, çevresel denetim, tekrar kullanım, geri dönüşüm, azaltma, sürdürülebilir turizm için rehberler, eşitlik, işletme/örgüt odağı konuları ön plana çıkmıştır.

Konumlandırma 4 (Yaklaşma yaklaşımı): Bu yaklaşım sürdürülebilir turizmi, ölçeği ne olursa olsun, tüm turizm türlerinde ulaşılması gereken amaca ulaşmak için başarılması gerekenler için çabalama olarak görmektedir. Sürdürülebilir turizm hala evrimleşmektedir. Mevcut durumu daha iyi noktaya götürme çabaları, açık belirlenmiş amaç tanımlamasından daha önemlidir. Tablo 1.Clarke (1997)’ın geliştirdiği üçüncü ve dördüncü konumlandırmaların kitle turizmi ve alternatif turizm için sürdürülebilir turizm amaçlı çabalarındaki odak noktalarını göstermektedir.

Tablo 1. Sürdürülebilir Turizm Hedefleri

Büyük Ölçekli Turizm (Kitle Turizmi)	Küçük Ölçekli Turizm (Alternatif Turizm)
- Küresel Etkiler	-Yerel Alan Tanımlamaya Odaklanma
-Ekolojik ve Fiziksel Etkiler	-Eşitlik
-Çevre Yönetim Sistemleri	-Sürdürülebilir Turizm İçin Rehberler
-Çevresel Etki Değerlemesi	-Yerel Kontrol
-Çevresel Denetim	-Turist/Yerel Halkın Eğitimi
-Tekrar Kullanım, Geri Dönüşüm-Azaltma	-Turist Özellikleri
-Sürdürülebilir Turizm İçin Rehberler	-Otantiklik
-Eşitlik	-Bütünlük
-İşletme/Örgüt Odağı Konuları	

Kaynak: Clarke, 1997: 228-230.

Turizmin 1950’li yıllardan itibaren günümüze kadar gerçekleştirdiği dönüşümlerin sürdürülebilir turizmin ortaya çıkışı ve gelişiminin anlaşılmasının çerçevesini oluşturduğunu belirten Jafari (1989,2001) dört platform (tarafarlık (Advocacy), uyarıcı (cautionary), adaptasyon (adaptancy) ve bilgi-odaklı (knowledge-based) olarak dönemleri sınıflandırmıştır (Akt. Weaver 2006: 4-10).

Tarafarlık (Advocacy): II.Dünya Savaşı sonrası 1950 ve 1960’lı yıllarda turizmin gelişimini içermektedir. Bu dönemde turizm en hızlı gelişen sektörlerden birisidir. Gelişmiş ülkelerde ortaya çıkan orta sınıfın seyahat ve boş zaman amaçlı yer değiştirme isteği turizm talebini arttırmıştır. Bu durum sektörün emek yoğun yapısı, direk ve dolaylı ekonomik faydaları ile kalkınmanın canlandırıcı sektörü olarak ortaya çıkmasına neden olmuştur. Turizm aynı zamanda farklı kültürlerin birbirini tanımalarının aracı olma yanında turistik özgün değerlerin (çevresel, kültürel ve tarihi varlıklar) korunmasının kaynağı işlevi görmüştür.

Uyarıcı (cautionary): 1960 ve 1970’lerde ortaya çıkan bazı faktörler uyarıcı dönemi başlatmıştır. Özellikle turizmin kontrolsüz büyümesinin turizmin geliştiği bölgelerdeki halka çıkardığı çevresel, sosyo-kültürel maliyetler yanında sektörün hızlı büyümesinin çevre üzerinde neden olduğu tahribat çevrecilerin tepkisini çekmiştir. Aynı zamanda büyüme ile ücretlerin düşmesi, sektörün mevsimsellik özelliği nedeniyle talebin belli dönemlerde yoğunluk gösterirken belli dönemlerde çok azalmasının oluşturduğu sorunlar ve farklı gelir düzeylerine sahip kitleler olarak yerel halk ile turistlerin aynı ortamda bulunmasının suçu arttırması, kaynakların yetersiz kalması gibi sorunlar turizme farklı bakılması gereğini ortaya çıkarmıştır.

Adaptasyon (adaptancy): Uyarıcı platform turizmin potansiyel olumsuz etkilerini tanımlamıştır. Ancak bu olumsuzlukların nasıl ortadan kaldırılacağı veya bunlardan nasıl korunacağını açıkça belirtmemiştir. Bu durumlar 1970 ve 1980’lerde adaptasyon döneminde tartışılmaya

başlanmıştır. Alternatif turizm olgusu bu dönemde kitle turizmine alternatif olarak antitez şekilde sunulmuştur. Alternatif turizm kitle turizminin zıttı olarak dışsal sahiplikli büyük ölçekli işletmeler yerine yerel sahiplikli küçük ölçekli işletmeleri desteklemiştir. Eko-turizm önemli bir alternatif turizm çeşidi olarak doğal kaynaklara yönelik gelişmiştir.

Bilgi-odaklı (knowledge-based): 1980 ve 1990’larda sektörün özellikle işletmeler tarafı küresel ölçekli yapılar tarafından işletildiği için adaptasyon platformunda önerilen alternatif turizm kitle turizminin alternatifidir yaklaşımının amacı gerçekleştirmekten uzak kaldığı görülmüştür. Sektör kitle turizmi tarafından domine edildiği için alternatif turizm sadece problemlerin küçük bir kısmına bir çözüm olabilir. Destinasyonlardaki tüm turizm çeşitlerinin olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğunun kabul edildiği bu dönemde araştırmacıya göre bütüncül bakış açısı ve bilginin yardımıyla sorunlar ele alınmalı ve çözülmelidir. Sektör temsilcileri ve akademik dünya bilimsel bilgileri kullanarak sektördeki sürdürülebilirliği sağlayacak ilke, politika ve uygulamaları geliştirmelidir.

Butler (1999) “yeşil” ve “alternatif” turizm formlarının sadece sürdürülebilir turizm olarak görüldüğü yaklaşımlara getirdiği eleştirisinde öncelikle bu yaklaşımın kitle turizmini otomatik olarak sürdürülebilir gelişme ilkelerinin uygulanamayacağı bir turizm çeşidi olarak konumlandırma hatasına düştüğünü vurgulamaktadır. Bu kalkınma yaklaşımının iki sebepten dolayı problemli olduğunu belirten araştırmacı öncelikle tüm turizm türleri, doğaya duyarlı formlarda dahil olmak üzere, geliştiği bölgede her ne kadar ölçeği küçük olsa da toplam etkisi ile bölgenin dengesi üzerinde olumsuz etkiler oluşturabilir. Örneğin kırılğan bölgelere yönelik gerçekleştirilen eko-turizm faaliyetleri katılımcı sayısı sınırlı olsa bile bölgenin ekolojisi üzerinde olumsuz etki potansiyeline sahiptir. İkinci olarak kitle turizminin tüm formlarının sürdürülebilir olmadığı henüz kanıtlanmış değildir. Araştırmacının bu noktada dikkat çektiği bir diğer önemli husus esas olanın kitle turizminin nasıl sürdürülemez olduğunu belirtmek değil, nasıl sürdürülebilir geliştirilebileceğinin ortaya konmasıdır. Butler’ın sürdürülebilir turizm ile ilgili bir diğer eleştirisi sadece çevre odaklı olarak ele alınması diğer aktörlere yeterli önemin verilmemesidir. Butler’ın dikkat çektiği bir diğer nokta sürdürülebilir kalkınma düşüncesinin kavramda üstü kapalı olarak ifade edilen sınırlandırma fikridir. Bu düşüncenin uygulamada turist sayısı, altyapı geliştirme ve alanın düzenlenmesi boyutlarıyla ifade edildiğini ifade eden araştırmacı 1960’larda geliştirilen taşıma kapasitesi kavramının bölgesel bazda sihirli sayısının ne olması gerektiğinin henüz tam olarak belirlenemediğine dikkat çekmektedir. Tüm turizm çeşitlerinin plansız geliştirilmesi durumunda sürdürülebilirlik özelliğini kaybedeceğini belirten araştırmacı taşıma kapasitesinin destinasyonlarda sürdürülebilir turizmin oluşturulmasında anahtar elemanlardan birisi olduğunu vurgulamaktadır. Sürdürülebilir turizm ilkelerinin sadece isimlendirilmesi değil kalkınma planlarında yer alması ve uygulamaya dönüştürülmesi gerekmektedir. Butler’ın genel değerlendirmesinde dikkat çektiği anahtar problem turizmdeki tüm paydaşların sürdürülebilir turizm denince neyin kastedildiğini tam anlayamamalarıdır. Bu nedenle tüm paydaşların (yerel halk, turist,

turizm işletmeleri, kamu yönetimi ve sivil toplum örgütleri) bakış açısıyla sürdürülebilir turizme yaklaşılması ve gönüllü katılımlarının sağlanması gerekmektedir.

Weaver (2006: 25) sürdürülebilir turizmin gelişiminde ideal tipler olarak indirgemeci (minimalist) ve kapsamlı sürdürülebilir turizm ayrımı yapmaktadır. Araştırmacıya göre *indirgemeci sürdürülebilir turizm tipinde* bir merkezde veya üründe etkilerin oluşumunda öncelik biyo-merkezci (çevresel) veya antro-po-merkezci (sosyo-kültürel ve ekonomik) konulara verilmeli ve turizm dışındaki sektörler ve diğer paydaşların arasında eşitlik aranmamalıdır. Dikkat mevcut durumu (statükoyu) sürdürme üzerinde odaklanmalı ve bu sadece kısa dönemli direk etkileri dikkate alınmalıdır. Güçlü ve zayıf sürdürülebilirlik yaklaşımı, ürün veya destinasyonun doğasına bağlı olarak belirlenmelidir. Diğer uçta yer alan *kapsamlı sürdürülebilir turizm tipi* bütüncül yaklaşımı (çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkileri aralarında eşitlik gözetilecek şekilde) dikkate alır. Bu yaklaşım, çevresel soya kültürel ve ekonomik etkileri aralarında eşitlik gözetilecek şekilde küresel ve sektörlerarası bağlamda aynı anda ele alır. Aynı zamanda dolaylı ve uyarılmış etkileri ise uzun dönem bağlamında dikkate alır. Güçlü ve zayıf sürdürülebilir yaklaşım belirleme, stratejik planlarda birlikte dikkate alır.

Tablo 2. İndirgemeci ve Kapsamlı Sürdürülebilir Turizm Tipleri

İndirgemeci Sürdürülebilir Turizm	Kapsamlı Sürdürülebilir Turizm
-Çevresel, sosyo-kültürel veya ekonomik etkiler	-Çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkiler
-Alana özgü veya yerel odaklı	-Bölgesel ve Küresel odaklı
-Eylemlerin kısa dönemli etkileri	-Eylemlerin uzun dönemli etkileri
-Sadece turizm sektörü	-Turizm diğer sektörler bağlamında
-Sadece doğrudan etkiler	-Doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkiler
-Nesiller arası eşitlik	-Nesiller arası ve bölge içi eşitlik
-Statükonun sürdürülebilirliği	-Sürdürülebilirliği geliştirme
↓	↓
• Zayıf veya güçlü sürdürülebilirlik yaklaşımı, içeriğe bağlı olarak	
• Finansal sürdürülebilirlik	

Kaynak: Weaver, 2006: 25.

Birçok araştırmacı, Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations' Environment Programme-UNEP) ve Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organisation-UNWTO) sürdürülebilir turizmin; ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel sürdürülebilirlik arasında denge kurulması üzerinde odaklandığını belirtmekte, ancak bu dengenin kurulmasında özellikle ekonomik büyüme ve çevrenin korunması arasında çatışma olduğunu vurgulamaktadırlar (Bramwell ve Lane,2011: 413). Sürdürülebilirlik literatürü çoğunlukla doğal kaynaklar üzerinde odaklanmaktadır. Oysa insan yapısı ve sosyo-kültürel kaynaklar turizm bağlamında doğal kaynaklar kadar önemlidir. Bu nedenle

sürdürülebilir turizmin başarılı olabilmesi için insan yapısı kaynaklara da doğal kaynaklar kadar önem verilmesi gerekmektedir. Ayrıca kaynakların sürdürülebilir kullanımının ölçüsü nedir? Bu konuda bir karmaşa oluşmaktadır (zayıf sürdürülebilirlik veya güçlü sürdürülebilirlik yaklaşımları). Bir diğer sorun yaşanan nokta bir kişi veya işletme kaynakları sürdürülebilir kullandığını nereden bilecektir? Bu amaçlı ölçümlerin neler olduğunun tam olarak belirlenmemiş olması büyük sorun oluşturmaktadır (Garrod ve Fyall, 1998: 202).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma, içinde yaşam bulunan başka bir gezegen bulana ve oraya ulaşmamızı sağlayacak teknolojiyi geliştirene kadar dünyayı ve kaynaklarını kullanmada uymak zorunda olduğumuz temel fikirlerdir. Gelişmiş veya gelişmekte olan ülke ayrımının bu noktada hiçbir anlamının olmaması bir diğer önemli hususu oluşturmaktadır. Kuşkusuz sürdürülebilirlik kolaylıkla başarılamaz. Çünkü sürdürülebilirlik ulaşılabilecek ve daha sonra unutulacak sabit bir pozisyon değildir. Sürdürülebilirlik çoklu parametrelerin sabit ayarlarının dinamik bir dengede sağlanması pozisyonudur (Dodds ve Butler, 2009: 46).

Turizm sektörünün temel kaynakları doğal ve sosyo-kültürel kaynaklardır. Bu kaynakların kullanımında sürdürülebilirlik ilkelerine uyulmaması sektörün belli bir destinasyonda varlığını devam ettirebilmesinin temel şartlarından biridir. Ancak saf ekonomik kaygılarla sektörün özellikle üst yapısının geliştirilmesi ilk gelişim dönemlerinde “yeşil” endüstri olarak ifade edilen turizmin günümüzde tehdit olarak görülmesi ve gelişiminin kısıtlanması fikirlerinin doğmasına neden olmaktadır. Ayrıca turizm sektörü ironik bir biçimde kendisinin varlığı olan nesnelere yok etmektedir (Briassoulis, 2002: 1076). Butler (1999)’ın vurguladığı gibi turizmde mevcut olan en temel problem tüm tarafların tatminini sağlamaktır. Bir destinasyonda turistlerin beklentileri, memnuniyet, yerel halkın beklentisi turizmin sağladığı altyapı ve ekonomik faydalardan istifade ve aynı zamanda kültürel değerleri ve doğal değerlerinin yok olmaması ve su, enerji, kalabalıklık, kirlilik gibi sorunların oluşmamasıdır. Sektör işletmelerinin temel beklentisi ise ekonomik karlılıklarını koruma ve talebin sürekliliğidir. Politikacılar ise 4 yıllık dönemler halinde tekrar yönetimde olmayı arzularlar ve oluşturulacak planlar ve politikaların en kısa sürede sonuç vermelerini beklerler. Oysa sürdürülebilirliği sağlamak için gerçekleştirilecek planların uygulamaları uzun süre alır (Dodds ve Butler, 2009: 48).Sürdürülebilir turizm, sürdürülebilirlik üzerindeki etkileri olan dışsal faktörler, özellikle destinasyonun ve işletmelerin yönetiminde ve planlamasında, dikkate alınmazsa anlamsız bir yapıdır (Weaver, 2006: 22).

Sürdürülebilir turizm mi? Yoksa turizmde sürdürülebilirlik mi?’nin kavramsal eleştirisinin yapıldığı bu çalışmada literatür kısmında sunulan bilgiler doğrultusunda aşağıdaki genel değerlendirmelerde bulunulabilir.

-
- Sürdürülebilir turizm bir turizm çeşidi değil sürdürülebilir kalkınma fikrinin turizmde uygulanmasıdır. Ekoturizm, temiz üretim, çevre yönetimi, ekolojik etiketleme ve turizm taşıma kapasitesi bu amaçlı temel uygulama fikirleri olarak sayılabilir (Schianetz, Kavanagh ve Lockington, 2007: 374).
 - Sürdürülebilir turizm ile ilgili tanımlar incelendiğinde odak noktasının bir turizm faaliyetinden çok paydaşların turizm faaliyetlerinden etkilenmeleri ve onların beklentilerinin karşılanmasına vurgu yapıldığı görülmektedir.
 - Sürdürülebilirlik kavramının turizm sektöründe uygulanması turizm-odaklı yaklaşım gösterdiği için sürdürülebilirlik fikrinin ilkelerinden ayrılmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma kavramı kalkınmaya çok boyutlu sektörel yaklaşıma sahipken, sürdürülebilir turizm tek sektör odaklı olarak kalkınma yaklaşımına sahiptir.
 - Turizmin ilk dönemlerinde kitle turizminin alternatifi olarak sunulan sürdürülebilir turizm felsefi açıdan tüm turizm çeşitlerinin var oldukları bölgelerde gerçekleştirilmelerinde planlama aşamasından başlayarak temel bir kriter olarak uygulanmasıdır. Diğer bir ifade ile sürdürülebilir turizm sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin turizmin ihtiyaçları bağlamında transferidir.
 - Sürdürülebilir turizm sadece alternatif turizm çeşitlerini tanımlamak için kullanılan bir kavram değildir. Sürdürülebilir turizm mevcut bir yapı veya durumun doğasında olan bir karakteristik değil turizmin başarmak için çabalamak zorunda olduğu bir amaçtır (Clarke, 1997: 224).
 - Sürdürülebilir turizm kalkınmasının temel konusu, yerel halkın; yaşam standardını yükseltme, doğal, sosyo-kültürel sermayelerini koruma, fayda ve maliyetlerin dağıtımında iç ve kuşaklararası eşitliği sağlama, kendi kendine yeterliliklerini koruma ve turistlerin ihtiyaçlarını karşılama temel kriterlerini sağlarken, doğal, insan yapısı ve sosyo-kültürel kaynakların nasıl yönetileceği konularının belirlenmesidir (Briassoulis, 2002: 1065).
 - Sürdürülebilir turizm felsefesinin geliştirilmesinde anahtar belirleyicilerden birisi destinasyonun taşıma kapasitesidir. Bu doğrultuda yasa koyucular, planlayıcılar ve yöneticiler sürdürülebilir turizm gelişmesini başarmak istiyorlarsa mutlaka destinasyonun sınırlarını belirlemek ve sürekli olarak ölçmek zorundadırlar (Atherton, 1993: 2).
 - Sürdürülebilir kalkınma turizm bağlamında değerlendirildiğinde akademik literatürün son zamanlarda adeta küçük ölçekli üretim sanayi (cottageindustry) gibi görülmektedir. Bu tanımlar sürdürülebilir turizmi iki bakış açısıyla ele almaktadır. Bunlardan ilki turizm-odaklı yaklaşımdır. Yaklaşım turizmi daha kapsamlı sürdürülebilir kalkınma politikalarının elemanı olarak gören, ekonomik faaliyet olarak turizmdir. İkinci yaklaşım turizmi farklı durumlara göre farklı kalkınma yolları öneren uyarlanabilir bir paradigmadır (Sharpley, 2000: 1).
 - Sürdürülebilir turizmde sürdürülebilirliği başarmada temel problem tanımlamada değil oluşturulması ve uygulanmasındadır. Özellikle politika yapıcılarının ve sektör işletmelerinin

temel odak noktalarının ekonomik bakış açısı olması ve çevresel, sosyo-ekonomik faktörlerin ikinci planda değerlendirilmesi büyük sorun oluşturmaktadır. Bu nedenle bakış açısı bütüncül (holistik) olmalı ve en önemlisi turizm kalkınması karar verme süreci, hem şeffaf olmalı hem de tüm tarafları bilgilendirmelidir (Hunter, 1997: 859).

Bu araştırma çerçevesinde konuyla ilgili gerçekleştirilen derinlemesine literatür taraması sonuçlarına göre, sürdürülebilir turizm öncülü olan sürdürülebilir kalkınmadan geliştirilmiş ve sürdürülebilir kalkınma fikrinin ve ilkelerinin turizm sektörünün ihtiyaçları bağlamında uygulanmasıdır. Ayrıca sürdürülebilir turizm, felsefi açıdan tüm turizm çeşitlerinin var oldukları bölgelerde gerçekleştirilmelerinde planlama aşamasından başlayarak temel bir kriter olarak uygulanmasıdır. Sürdürülebilir turizmin gelişim politika ve planlarının tüm paydaşların (özellikle yerel halkın) katılımı ile gerçekleştirilmesi gerekliliği ve kitle turizminin alternatifi olarak görülmemesi gerektiği bir diğer önemli temel bulgu olarak sayılabilir.

KAYNAKÇA

- ARANSSON, Lars (1994), "Sustainable Tourism System: The Example of Sustainable Rural Tourism in Sweden", *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1/2), pp. 81-92.
- ATHERTON, Trevor (1993), Measuring Sustainable Tourism Development: Problems and Achievements, WTO 10th General Assembly, (30 September-9 October), Bali, Indonesia.
- BERRY, Sue – Adele LADKIN (1997), "Sustainable Tourism: A Regional Perspective", *Tourism Management*, 18(7), pp. 433-440.
- BRAMWELL, Bill – Bernard LANE (2011), "Critical Research on the Governance of Tourism and Sustainability", *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), pp. 411-421.
- BRAMWELL, Bill – Bernard LANE (2012), "Towards Innovation in Sustainable Tourism Research," *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), pp. 1-7.
- BRIASSOULIS, Helen (2002), "Sustainable Tourism and the Question of the Commons", *Annals of Tourism Research*, 29(4), pp. 1065-1085.
- BUTLER, Richard W. (1999), "Sustainable Tourism: A State of the Art Review", *Tourism Geographies*, 1(1), pp. 7-25.
- CLARKE, Jackie (1997), "A Framework of Approaches to Sustainable Tourism". *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), pp. 224-233.
- DEMİR, Cengiz – Aydın ÇEVİRGEN (2006), *Turizm ve Çevre Yönetimi: Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*, Ankara: Nobel Yayın.
- Divine", *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), pp. 1-19.
- DODDS, Rachel – Richard W. BUTLER (2009), Inaction More Than Action, S. Gossling, C.M. Hall, D.B. Weaver (Ed.), Sustainable Tourism Futures Perspectives on Systems, Restructuring and Innovations, NY, Routledge, Taylor & Francis Group, 43-57.

-
- DREXHAGE, John – Deborah MURPHY (2010), *Sustainable Development: From Brundtland to Rio 2012*, Background Paper, International Institute for Sustainable Development, United Nations Headquarters, September, New York.
- EDGELL, David L.Sr – Maria D. ALLEN – Ginger, SMITH – Jason R. SWANSON (2007), *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*, London: Elsevier Ltd.
- ERDOĞAN, Nazmiye (2003), *Çevre ve Ekoturizm*, Ankara: Erk Yayınları.
- FENNELL, David A. (1999), *Ecotourism: An Introduction*, London: Routledge.
- GARROD, Brian – Alan FYALL (1998), “Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism?”, *Tourism Management*, 19(3), pp. 199-212.
- GOSSLING, Stefan - C. Michael HALL (2006), “An Introduction to Tourism and Global Environmental Change,” S. Gossling ve C.M. Hall, (Ed.). *Tourism & Global Environmental Change, Ecological, Social, Economic and Political Interrelationships*, NY, Routledge, Taylor & Francis Group, 1-33.
- GUNN, Clare A. (1994), *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*, Third Edition, Washington: Taylor & Francis.
- HARDY, Anne – Robert J. S. BEETON – Leonie PEARSON (2002), "Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and Its Position in Relation to Conceptualisations of Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), pp. 475-496.
- HARDY, Anne – Robert J. S. BEETON (2001), "Sustainable Tourism or Maintainable Tourism: Managing Resources for More Than Average Outcomes", *Journal of Sustainable Tourism*, 9(3), pp. 168-192.
- HUGHES, George (1995), "The Cultural Construction of Sustainable Tourism", *Tourism Management*, 16(1), pp. 49-59.
- HUNTER, Colin (1997), "Sustainable Tourism as an Adaptive Paradigm", *Annals of Tourism Research*, 24(4), pp. 850-867.
- INSKEEP, Edward (1991), *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostr and Reinhold, New York, 344-347p.
- JOHNSTON, Charles Samuel (2014), "Towards a Theory of Sustainability, Sustainable Development and Sustainable Tourism: Beijing's Hutong Neighbourhoods and Sustainable Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2), pp. 195-213.
- KAHRAMAN, Nüzhet - Oğuz TÜRKAY (2006), *Turizm ve Çevre*, Ankara: DetayYayıncılık.
- LUI, Zhenhua (2003), “Sustainable Tourism Development: A Critique”, *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), pp. 459-475.
- MARTIN, M. Belen Gomez (2005), "Weather, Climate and Tourism: A Geographical Perspective", *Annals of Tourism Research*, 32(3), pp. 571-591.
- MATHIESON, Allister – Geoffrey WALL (1982), *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*, London: Longman.

-
- MCCOOL, Stephen F. (1995),“Linking Tourism, The Environment and Concepts of Sustainability: Setting The Stage“, S.F. McCool and A.E. Watson (Ed.), *Linking Tourism, The Environment and Sustainability*, USD, A Technical Report, US Department of Agriculture, Forest Service, Intermountain Research Station.
- MCKERCHER, Bob (1993), "The Unrecognized Threat to Tourism: Can Tourism Survive Sustainability?", *Tourism Management*, 14(2), pp. 131-136.
- MIDDLETON, Victor T.C. – Rebecca HAWKINS (1998), *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*, Oxford: Butterworth-Heinemann, 247p.
- SCHIANETZ, Karin, - Lydia KAVANAGH – David LOCKINGTON (2007), "Concepts and Tools for Comprehensive Sustainability Assessment for Tourism Destinations: A Comparative Review", *Journal of Sustainable Tourism*, 15(4), pp. 369-389.
- SHARPLEY, Richard (2000), "Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical
- TANGUAY, Georges A. – Juste RAJAONSON – Marie C. THERRIEN (2013), "Sustainable Tourism Indicators: Selection Criteria for Policy Implementation and Scientific Recognition", *Journal of Sustainable Tourism*, 21(6), pp. 862-879.
- TAO, Teresa C.H. – Geoffrey WALL (2009), "Tourism as a Sustainable Livelihood Strategy", *Tourism Management*, 30, pp. 90-98.
- TUNA, Muammer (2007), *Turizm, Çevre ve Toplum*, Ankara: Detay Yayıncılık. 27-28s.
- WCED; (1987), *Our Common Future*, New York, Oxford University Press
- WEARING Stephen – John NEIL (2009), *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*, Second Edition, Oxford: Elsevier, Butterworth-Heinemann.
- WEAVER David – Lawton LAWTON (1999), *Sustainable Tourism: A Critical Analysis*, CRS for Sustainable Report Series.
- WEAVER, David (2006), *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Oxford:Elsevier, Butterworth-Heinemann.

FESTİVALERİN KATILAN ZİYARETÇİLER ÜZERİNE ETKİLERİ: ALAÇATI OT FESTİVALİ ÖRNEĞİ

Esin ÖZKAN¹
Samet Can CURKAN²
Engin Can SARAK³

ÖZ

Beklenti ve gereksinimlerin oldukça hızla değiştiği global turizm piyasasından daha fazla pay alma çabası içinde bulunan ülkeler, mevcut turistik ürünlerinin yanı sıra, turizmi çeşitlendirme ve alternatif turizm faaliyetleri yaratma yoluna gitmektedirler. Turizme katılan kişi sayısı ile turistik istek ve ihtiyaçlarda görülen farklılıklar, kültür bazlı, yavaş ama emin bir gelişme sürecindeki kırsal turizm kaynaklarına dayalı olan, yörenin tüm geleneksel yaşamına ilişkin özellikleri bünyesinde barındıran turizm çeşitlerine doğru olmaktadır. Bu şekilde, rekabet üstünlüğü ve sürdürülebilirliğin sağlanması, turizm sezonunun uzatılması, mevsimlere yayılması gibi olumlu etkiler yaratılmaya çalışılmaktadır. Çalışmada Alaçatı Ot Festivalinin katılan ziyaretçiler üzerine etkilerini saptamak için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Elde edilen bilgiler, SPSS programı ile analiz edilmiştir. Veri analizinden sonra güvenilirlik analizi, faktör analizi son olarak ise varyans analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçları, festivalin bölgenin tanıtımında olumlu bir faktör olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda festival yerel halk için ekonomik açıdan gelir sağlamak ve sahip olduğu becerilerini sergilemesinde de yardımcı olmaktadır. Ayrıca festival, yerel kültürün korunması konusunda bölge halkının bilinçlenmesini sağlamaktadır. Son olarak festival esnasında yapılan etkinlikler katılan ziyaretçiler tarafından yetersiz bulunmuştur. Festivalin bilinirliğini artırmak için yapılan tanıtım faaliyetlerinin de artırılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Festival Turizmi, Çeşme, Alaçatı, Alaçatı Ot Festivali.

THE EFFECTS OF FESTIVALS ON FESTIVAL VISITORS: THE CASE OF ALACATI HERB FESTIVAL

ABSTRACT

Countries which try to get a greater share from the international tourism market where needs and expectations are changing rapidly work for promoting the diversification of the tourism industry and alternative tourism activities in addition to existing tourism products. Changes in tourist demand and needs occurring with increasing number of people involved in tourism occur in forms of tourism which are based on culture and rural tourism resources in a slow but sure development process and incorporate all features related to the traditional life of the region. In this way, it is intended to create positive outcomes such as gaining competitive advantage, establishing sustainability, improving the seasonal spread of tourism and the extension of the tourist season. Survey method was used in this study which aims to determine the effects of Alaçatı Herb Festival on Alaçatı town and the opinions of local people about the festival. SPSS 19.0 statistical software was used to analyze data collected from surveys. The data were discussed in terms of descriptive and inferential statistics. Factor analysis, reliability analysis, and variance analysis were performed. The research results have shown that Alaçatı Herb Festival has positive effects on promotion of Alaçatı. Visitors of the festival state that the festival gives local people an opportunity to show their skills and to gain economic benefit. Moreover, the festival makes local people conscious of protection of the local culture. On the other hand, the results of this study have also revealed that the promotional activities arranged for the festival and other activities during the festival were insufficient.

Keywords: Tourism, Festival Tourism, Çeşme, Alaçatı, Alaçatı Herb Festival.

DOI: 10.17823/gusb.247

¹Doç.Dr., Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, esin.ozkan@ege.edu.tr

²Arş.Gör., Ege Üniversitesi, Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu, samet.can.curkan@ege.edu.tr

³İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Yüksek Lisans Öğrencisi, engnengn@hotmail.com

GİRİŞ

Festivaller yapıldığı tarihlerde düzenledikleri bölgelerde marka değerini artırıcı etkinlikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde Dünya çapında düzenlenen bazı uluslararası festivaller bölgedeki turizm hareketliliğinin oldukça artmasında başlıca faktörlerdendir. Bu festivallere örnek olarak Almanya’da düzenlenen Berlin Film Festivali ve Fransa’da düzenlenen Cannes Film Festivali verilebilir. Ülkemizde ise her sene ortalama 400 civarında festival etkinliği yapılmaktadır.

Bölgesel bir organizasyon olma özelliği gösteren Alaçatı Ot Festivalinin 26 – 29 Mart 2015 tarihlerinde altıncısı gerçekleşmiştir. Bölgesel bir organizasyon olması sebebiyle festival ile birlikte özel sektör, ilçe yerel yönetimi ve festivali ziyaret etmek isteyenler bir araya gelmektedir. Ayrıca festival turizm sezonunun başlangıcı olarak da kabul edilmektedir. Festival, doğal bitki ve otların, bölgeye has yemeklerin çeşitli etkinliklerle tanıtılması için yapılsa da temel amaç Temmuz Ağustos aylarına sıkışmış durumda olan sezonu genişleterek yıla yaymaktır. Ayrıca bölgedeki turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi de amaçlanmaktadır.

Araştırma; Alaçatı Ot Festivalinin katılanlar üzerindeki etkilerini belirlemek için yapılmıştır. Ziyaretçilerin festival hakkındaki görüşlerinin tespit edilmesi, festival sırasında ziyaretçilerin karşılaştığı sorunların belirlenmesi, festival sonrasında ziyaretçiler üzerindeki oluşan olumlu ve olumsuz etkilerin saptanması çalışmanın ana amaçları arasındadır.

Bir araştırmaya göre festivallerin; eğitim, eğlence, turizm, sosyal etkileşim, ticaret, iş ve ilham kaynağı şeklinde yedi çeşit fonksiyonu vardır (Gül vd., 2013: 214). Kısa dönemde ve yüksek yoğunlukta gerçekleşmesi, bunun yanında yılda bir kere ve kamuya açık şekilde olması sebebiyle festivaller bir bölgenin tanıtılmasında ve imajının gelişmesinde etkin rol oynamaktadır. Bu doğrultuda, Alaçatı Ot Festivalinin ziyaretçiler üzerine olan etkilerinin belirlenmesi, festivalin daha başarılı bir şekilde gerçekleşmesinde ve mevcut sorunların belirlenip giderilmesinde önem teşkil etmektedir.

Araştırmanın sonucunda, festivalin daha verimli yapılabilmesi için, çevrenin ve katılımcıların koordinasyon halinde bulunmasının etkili olacağı önerilmiştir. Festivalin ilerleyen zamanlarda daha iyi yapılmasının ve uluslararası bir etkinliğe dönüştürülmesinin, festivale katılanların beklentilerinin saptanmasıyla oluşabileceğine değinilmektedir. Ayrıca beklentilerin saptanması ziyaretçi sayısının artmasını da beraberinde getirebilir. Sonuçlardan çıkan verilere göre, sonuçların gerekli birimlerle paylaşılması ve sonraki yıllarda yapılacak festivaller için kullanılması önerilmektedir.

I. LİTERATÜR TARAMASI

Birçok değişik şekilde tanımlanan festival kavramı en genel anlamıyla, genellikle tatil çevresinde konuşlanan halka ait kutlama dönemleri olarak açıklanmaktadır (Santino, 1994). Bir başka tanıma göre ise kutsal bir olayın veya özel bir günün periyodik aralıklarla kutlanmasıdır (Green, 1997).

Festival, büyük ve küçük çapta gerçekleştirilen (Küçük, 2013), kendi içinde yöresel olarak da sınıflandırılan (Allen, O’toole, Mcdonnell ve Harris) ,genellikle tatiller çevresinde merkezlenen kutlama periyodu olarak tanımlanmaktadır (Santino, 1994). Festivallerin düzenlenmesinde bireylerin katılımı oldukça önemli olup, bu etkinlikler yılın belirli zamanlarında periyodik bir şekilde kutlanmaktadır. Düzenlendiği bölgelerde turizm hareketlerinin olumlu yönde geliştiği (Günersel, 1997), ve ekonomik canlanma sağladığı görülmektedir (Atak, 2009).

İnsanlar arasındaki arkadaşlığın pekiştirilmesine ve yeni kültürlerin tanınmasına fırsat veren festivaller aynı zamanda değişik yerler ziyaret etmek ve görmek için teşvik edicidir (Çulha, 2008). İkinci Dünya Savaşı’na kadar ulusal bazda yapılan festivaller, bu tarihten sonra uluslararası olarak düzenlenmeye başlamıştır.

Festivaller insanların belirli günlerde bir araya gelerek önemli günlerin kutlanmasının yanı sıra, ekonomik anlamda büyümek ve gelişmemiş kırsal bölgelerde kalkınmanın temel hedefi olarak da kullanılmaktadır (Dredge ve Whitford, 2011). Yaz döneminde turizm sezonun belirli aylara sıkışmaktadır. Festivaller sayesinde turizm sezonun haricinde kalan dönemlerde de hareketlilik sağlanmaktadır. Aynı zamanda festivaller yapıldığı bölgenin imajının artırılmasında da önemli rol oynamaktadır (Özdemir, 2008).

1950 yılından sonra festivaller farklı alanlarda düzenlenmeye başlamış ve turizm amaçlı düzenlenen festival sayısı da artmıştır (Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012). Festival turizm genel anlamıyla, bir bölgenin festival dönemi süresinde insanlar tarafından ziyaret edilmesidir (Visser, 2009). Özellikle belirli dönemlere sıkışan turizm bölgelerinde, festivaller turizm sezonun uzaması amacıyla da yapılmaktadır. Araştırmanın yapıldığı Alaçatı’da turizm sezonunun başlangıcı festivalin başlamasıyla birlikte kabul edilmektedir (Omaç, 2014).

Düzenlenmeye başladığı ilk yıllarda bölgeye has otların tanıtılması ve çevredeki halkın daha sağlıklı yaşaması amacıyla yapılan festival daha sonra kısa turizm sezonun uzatılması ve turizm hareketlerinin çeşitlendirilmesi amacıyla da düzenlenmiştir. Festival ilk olarak Nisan 2010’da düzenlenmeye başlamıştır (www.otfestivali.com, 2014).

Düzenlendiği ilk yıl tek gün olarak yapılan etkinlik, 2011 yılında iki güne çıkarılmıştır. Katılımın artmasıyla birlikte festival geleneksel bir role bürünmüştür. Festivalin sloganı “Doğanın kıymetini bilen ve keyfini çıkartanların festivali”dir (Omaç, 2014). Altıncısı 26 – 29 Mart 2015 tarihinde yapılan festival 6 bine yakın katılımcı ile 4,5 milyon Türk Lirasından fazla gelir sağlamıştır (www.otfestivali.com, 2015).

Alaçatı ve çevresinde yaşayan yerel halk tarafından yetiştirilen otlarla yapılan çeşitli yemek, meze vb. gibi ürünler hem bölgenin diğer insanlar tarafından bilinilirliğinin artmasında hem de yerel halkın ekonomik anlamda gelişmesinde rol oynamaktadır. (www.otfestivali.com, 2015).

Ziyaretçilerin festival esnasında güzel zaman geçirmeleri açısından çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Dört gün süren festival esnasında ziyaretçiler gündüzleri yemek atölyelerinde otları

tanıma ve toplama gezilerine katılmakta, seminerlerde bilgi almakta, sakız fidanı dikmekte, zeytinyağı tadımı yapmakta, gurme şeflerle tanışma ve sohbet etme olanağı bulmaktadır. Akşamları ise düzenlenen çeşitli konser ve orkestralar ile günün yorgunluğunu atmaktadır. Ayrıca kurulan yemek atölyelerinde festivale katılan ziyaretçiler, tecrübe sahibi şeflerle yemek yapma fırsatı da bulmaktadır. (www.otfestivali.com, 2015).

Çalışmayı önemli kılan unsur festivalleri katılan ziyaretçiler üzerinden araştıran az sayıda çalışma olmasıdır. Yerel halk festival ilişkisini direkt ve dolaylı olarak inceleyen çalışmalar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır.

Gül ve diğerleri (2013), yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları konulu çalışmalarında, Sındırgı Yağcıbedir festivalini örnek olarak seçmişlerdir. Araştırmanın sonucunda ziyaretçiler, festivalin amacına uygun düzenlenmediğini ve suiistimal edildiğini vurgulamışlardır. Crompton ve Mckay (1997), festivallere katılanların güdülerini belirlemeye yönelik yaptıkları çalışmanın sonucunda ise ziyaretçilerin katılmış oldukları festivallere tekrar katılma niyeti içerisinde oldukları görülmektedir. Deery ve Jago (2010), yerel halkın, festivalleri ziyaret eden kitlelerin davranışlarından olumsuz şekilde etkilendiklerini ortaya çıkarmıştır.

II. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Festivallerin katılan ziyaretçiler üzerindeki etkilerini saptamak amacıyla yapılan çalışmanın örneklemini, 10 – 14 Nisan 2014 tarihinde beşincisi düzenlenmiş festivale katılıp anket doldurmayı kabul eden 130 ziyaretçi oluşturmaktadır.

Araştırmanın veri toplama aracı anket tekniğidir. Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm ankete katılanların demografik özelliklerini saptamak için, ikinci bölüm ziyaretçilerin Alaçatı'yı ziyaret amaçları, konaklama süreleri ve bilgi kaynaklarını belirlemeye yönelik, üçüncü ve son bölüm de, festivalin ziyaretçiler üzerindeki etkilerini belirlemek için oluşturulan 15 sorudan oluşmaktadır. 15 sorudan oluşan önermeler 5'li likert tekniğiyle oluşturulmuştur. Yazındaki ilgili çalışmalar derlenmiş ve ölçek bu şekilde oluşturulmuştur (Ekin, 2011; Deery ve Jago, 2010).

SPSS paket programı verilerin analiz edilmesinde kullanılmıştır. Ziyaretçilerin demografik özellikleri belirlenirken betimleyici istatistiklerden yardım alınmıştır. 15 sorudan oluşan ölçekteki önermelerin güvenilirliğini ölçmek amacıyla, Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmıştır. Festivali ziyaret edenlerin ölçek önermelerine ne düzeyde katıldığını saptamak için yüzde dağılımı, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri kullanılmıştır. Araştırmada bölge olarak Alaçatı seçilmesinin nedeni ise Alaçatı Ot Festivalinin henüz yeni bir etkinlik olması ve bölgede yapılan çalışma sayısının yetersiz olmasıdır.

Ölçeğin geçerliliğini ölçmek amacıyla ise faktör analizi uygulanmıştır. Sosyal bilimlerde yapı geçerliliğini ölçmek için kullanılan başlıca yöntemlerden bir tanesi olan faktör analizi (Özutku ve Çetinkaya, 2012: 357) kavramların açıklandığı boyutların belirlenmesinde kullanılır (Durmuş vd.,

2013: 73). Ölçeğe faktör analizi uygulanmadan önce bir başka deyişle veri setinin faktör analizine uygunluğunu saptamak için KMO değerine bakılmış bu değer; ,824 olarak belirlenmiştir. Kaiser Meyer Olkin (KMO) örnekleme yeterliliğinin kabul edilebilir en alt sınırı 0,50’dir (Durmuş vd., 2013: 80). Yapılan KMO testi sonucunda 15 ifadeli ölçeğe faktör analizi uygulanmış ve faktör yükü ,500’ün altında hiçbir ifadeye rastlanmamıştır. Dolayısıyla ölçekten herhangi bir ifadenin çıkarılmasına ve ikinci bir faktör analizine gerek duyulmamıştır. Faktör analizi sonucunda, özdeğeri 1’den büyük olan 4 faktör belirlenmiştir. Bu 4 faktör toplam varyansın %61,7’sini açıklamaktadır. Tablo 1 faktör analizi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 1. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör 1 – Kültürel Fayda	Yük	5,404	%36,02
Festival, halka kazanç sağlamak ve becerilerini sergilemek için fırsatlar sunmaktadır.	,763		
Festival beldenin kültürünü yansıtmaktadır.	,748		
Festival yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır.	,724		
Festival Alaçatı’nın tanıtımına katkı sağlamaktadır.	,569		
Alaçatı halkının ziyaretçilere karşı tutumu olumludur.	,520		
Faktör 2 – Festival Algısı		1,704	%11,36
Festivalle ilgili yapılan tanıtımlar yeterli düzeydedir.	,818		
Festivalde düzenlenen etkinlikler yeterli düzeydedir.	,758		
Yerel halk ile turistlerin iletişim kurmasında festival aracı olmaktadır.	,580		
Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir.	,504		
Faktör 3 – Festival Öncesi ve Esnasında Hizmet Yeterliliği		1,096	%7,309
Festival süresince güvenlik sorunu yoktur.	,826		
Alaçatı’ya ulaşım olanakları yeterlidir	,588		
Alaçatı’da çevre temizliği yeterlidir.	,572		
Faktör 4 – Altyapı		1,063	%7,089
Festival süresince trafik yoğunluğu vardır.	,858		
Festival süresince otopark sorunu vardır.	,830		
Festival süresince gürültü düzeyi rahatsızlık vericidir.	,511		

A- Araştırmanın Bulguları

Tablo üzerinde verilen bilgiler ziyaretçilerin demografik dağılımlarını göstermektedir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	Frekans	Oran
Kadın	65	50
Erkek	65	50
Yaş		
20-29 arası	38	29,2
30-39 arası	34	26,2
40-49 arası	26	20,0
50-59 arası	20	15,4
60 ve üstü	12	9,2
Eğitim Düzeyi		
İlkokul	3	2,3
Ortaokul	6	4,6

Lise	31	23,8
Üniversite	71	54,6
Yüksek Lisans/Doktora	19	14,6
Meslek		
Öğrenci	19	14,6
Özel Sektörde Çalışan	57	43,9
Kamu Sektöründe Çalışan	20	15,4
Emekli	21	16,2
Çalışmayan	13	10,0
Aylık Gelir		
1000 TL'den az	23	17,7
1.001-2.000 TL arası	29	22,3
2.001-3.500 TL arası	34	26,2
3.501-5.000 TL arası	18	13,8
5.001 TL ve üzeri	26	20,0
İkamet Edilen İl		
İzmir	70	53,8
İstanbul	46	35,4
Bursa	7	5,4
Antalya	4	3,1
Muğla	3	2,3

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Kalış Süreleri, Ziyaret Amaçları ve Bilgi Kaynakları

Alaçatı'ya Geliş Nedeni	Frekans	Oran
Festival	100	76,9
Tatil	23	17,7
İş	7	5,4
Konaklama Süresi	Frekans	Oran
Günübirlik	56	43,1
1-2 gece	53	40,8
3-5 gece	19	14,6
5 gecedan fazla	2	1,5
Konaklama Tesisi	Frekans	Oran
Otel	46	35,4
Apart Otel	27	20,8
Arkadaş, Akraba Yanında	1	0,8
Festival Haricinde Alaçatı'ya Gelme İsteği	Frekans	Oran
Evet	92	70,8
Hayır	15	11,5
Bilmiyorum	23	17,7
Önümüzdeki Festival İçin Alaçatı'ya Gelme İsteği	Frekans	Oran
Evet	83	63,8
Hayır	13	10,0
Bilmiyorum	34	26,2
Alaçatı Ot Festivali'ni Tavsiye Etme Eğilimi	Frekans	Oran
Evet	118	90,8
Hayır	12	9,2
Bilgi Kaynakları	Frekans	Oran
Arkadaş/Akraba Tavsiyesi	34	26,2
TV/Gazete/Dergi	10	7,7
İnternet/Sosyal Medya	63	48,5
Seyahat Acentası	23	17,7

Araştırmaya katılanların Alaçatı'yı ziyaret sebepleri incelendiğinde büyük çoğunluğun (%76,9) festival için geldiği görülmektedir. Konaklama süreleri açısından değerlendirildiğinde araştırmaya katılan ziyaretçilerin yarısına yakın bir kesimin (%43,1) gününbirlik, %40,8'inin ise bir veya iki günlüğüne geldikleri görülmektedir. Ziyaretçilerin çoğunluğunun gününbirlik gelmesinin en büyük nedeni ise festivale en fazla İzmir veya yakın çevre illerden katılım olmasıdır. Festivale gelip konaklayanlar ise daha çok otel ve apart otellerde konaklamayı tercih etmektedir. Alaçatı'ya festival için gelip, festival harici de Alaçatı'yı ziyaret etmek isteyenlerin oranı ise %70,8'dir. Bir sonraki festivale katılmak isteyenlerin oranı ise %63,8'dir. Alaçatı ot festivalini tavsiye etme eğilimini ölçmek amacıyla sorulan soruya ise katılımcılar yüksek bir oranda (%90,8) "evet" cevabı vermişlerdir. Festivale katılan ziyaretçilerin festival hakkında aldıkları bilgi kaynakları ise en çok (%48,5) internet ve sosyal medya olarak göze çarpmaktadır.

Tablo 4. Festivalin Araştırmaya Katılan Ziyaretçiler Üzerine Etkilerinin Belirlenmesine İlişkin İfadeler

S	İFADELER	Ort.	S. Sapma
1	Alaçatı halkının ziyaretçilere karşı tutumu olumludur.	3,67	1,158
2	Festival yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır.	3,92	,988
3	Festival beldenin kültürünü yansıtmaktadır.	3,87	,892
4	Yerel halkın tarihi ve kültürel değerlere sahip çıktığı görülmektedir.	3,79	1,016
5	Yerel halk ile turistlerin iletişim kurmasında festival aracı olmaktadır.	3,95	,990
6	Festival Alaçatı'nın tanıtımına katkı sağlamaktadır.	4,40	,753
7	Festival, halka kazanç sağlamak ve becerilerini sergilemek için fırsatlar sunmaktadır.	4,63	,572
8	Festivalle ilgili yapılan tanıtımlar yeterli düzeydedir.	3,29	1,203
9	Festivalde düzenlenen etkinlikler yeterli düzeydedir.	2,92	1,223
10	Alaçatı'da çevre temizliği yeterlidir.	3,37	1,182
11	Festival süresince trafik yoğunluğu vardır.	3,25	1,221
12	Festival süresince otopark sorunu vardır.	3,58	1,316
13	Alaçatı'ya ulaşım olanakları yeterlidir.	3,72	1,078
14	Festival süresince gürültü düzeyi rahatsızlık vericidir.	2,18	1,017
15	Festival süresince güvenlik sorunu yoktur.	3,83	1,114

*Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri: ,846

Festivalin, araştırmaya katılan ziyaretçiler üzerine etkilerinin belirlenmesine yönelik oluşturulan 15 ifadeli ölçeğin güvenilirliğini ölçmek amacıyla yapılan test sonucunda, ölçeğin alfa değeri ,846 olarak belirlenmiştir.

Ankete katılan ziyaretçilerin, festival ölçeği ile ilgili algılarını belirleyebilmek amacıyla, önermelere verilen yanıtlar irdelenmiştir. Tablo 4'de, katılımcıların her bir önerme için vermiş oldukları ortalama ve standart sapma değerleri görülmektedir. Yanıt kategorileri beş grupta toplanmıştır (1- Hiç Katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Kararsızım, 4- Katılıyorum, 5- Tamamen Katılıyorum).

Tabloda da görüldüğü gibi ziyaretçilerin festival ile ilgili algıları genel olarak olumlu yöndedir. En yüksek ortalama, “Festival, halka kazanç sağlamak ve becerilerini sergilemek için fırsatlar sunmaktadır” (4,63), en düşük ortalama ise ters kodlanan bir önerme olan “Festival süresince gürültü düzeyi rahatsızlık vericidir” (2,18) önermesine aittir. Ölçeğin ağırlıklı aritmetik ortalaması 3,625, standart sapma ise 1,136’dır.

Ziyaretçiler 15 önerme arasında en az değişkenliğe sahip değerlendirmeyi “Festival, halka kazanç sağlamak ve becerilerini sergilemek için fırsatlar sunmaktadır” (Standart sapma ,572), en çok değişkenliğe sahip (en heterojen) değerlendirmeyi ise “Festival süresince otopark sorunu vardır” (Standart sapma 1,316) önermelerine yapmışlardır.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin olumlu algıları incelendiğinde, “Festival, halka kazanç sağlamak ve becerilerini sergilemek için fırsatlar sunmaktadır” (4,63), “Festival Alaçatı’nın tanıtımına katkı sağlamaktadır” (4,40), “Yerel halk ile turistlerin iletişim kurmasında festival aracı olmaktadır” (3,95), “Festival yerel kültürün korunmasına yardımcı olmaktadır” (3,92), “Festival beldenin kültürünü yansıtmaktadır” (3,87) önermeleri öne çıkmaktadır.

Ziyaretçilerin verdikleri cevaplar doğrultusunda festival esnasında, trafik yoğunluğu (3,25) ve otopark sorunu (3,58) yaşandığı görülmektedir. Bu iki önermenin ters kodlandığı ve bunun dışında bir diğer ters kodlanan önerme olan “festival süresince gürültü düzeyi rahatsızlık vericidir (2,18)” önermesine araştırmaya katılan ziyaretçilerin katılmadıkları saptanmıştır. Dolayısıyla ziyaretçiler festival esnasında gürültü düzeyi ile ilgili bir sorunla karşılaşmamıştır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Araştırmaya katılan yerel halkın demografik özellikleri incelendiğinde, araştırmaya katılan ziyaretçilerin yüksek oranda üniversite mezunu, özel sektör çalışanı, aylık geliri 1001 TL ile 3500 TL arasında ve İzmir ve İstanbul’da ikamet ettikleri görülmektedir.

Araştırmanın sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde ziyaretçiler; festivalin yerel halkın dışa açılması, becerilerini ve yeteneklerini sergilemesi ve kazanç sağlaması açısından önemli bir unsur olduğu noktasında birleşmektedir. Ayrıca, festivalin beldenin tanıtımı ve yerel kültürün korunması açısından da önemli bir etken olduğu görüşü savunulmaktadır.

Araştırmaya katılanların, festival esnasında düzenlenen etkinliklerin yeterli olup olmadığı konusunda kararsız oldukları gözlenirken, festival için yapılan tanıtımların yeterli düzeyde olduğunu düşünenlerin sayısı fazladır. Sakin bir belde olarak bilinen Alaçatı’da festival esnasında da gürültü düzeyinin rahatsız edici düzeyde olmadığı ve güvenlik açısından bir sorun olmaması da araştırmanın sonuçları arasındadır.

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin büyük çoğunluğu Alaçatı’ya ulaşım olanaklarının yeterli olduğunu düşünmektedir. Fakat festival esnasında bölgede trafik yoğunluğu ve otopark sorunu yaşanması ileride düzenlenecek olan festivaller için önlem alınması gereken konulardan bazılarıdır.

Araştırmaya katılanların yüksek bir bölümünün festivali ziyaret etme eğiliminde olması da, araştırmadan çıkan önemli sonuçlar arasındadır. Bunun yanında araştırmaya katılmayı kabul edenlerin hemen hemen yarısı festivalden internet/sosyal medya aracılığıyla haberdar olmuştur. Bu sonuç, festivalin internet ve sosyal medya mecralarında daha aktif bir şekilde önceden tanıtılmasının kişi sayısının artmasını ve beldenin daha fazla ziyaretçi tarafından bilinmesini sağlayacağını göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, festival için yapılan tanıtım ve etkinliklerin artırılması, festivalin sınırlarının genişletilmesi ve Çeşme genelinde düzenlenerek tüm bölgeye yayılması önerilmektedir. Ayrıca araştırmada saptanan otopark ve trafik sorunu yerel yönetimlerce ele alınmalı ve festival esnasında otopark ve trafik sorununu gidermek üzere çözümler geliştirilmelidir. Son olarak, ziyaretçiler festivalin beldenin tanıtımı açısından etkin bir rol oynadığını düşünmektedir.

KAYNAKÇA

- ALLEN, J. - O'TOOLE W. - MCDONNELL I. - HARRİS R.; (2005), *Festival and Special Event Management*, 3. Edition, Australia: John Wiley and Sons Ltd.
- ATAK, O. (2009), *Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- BİLGİLİ, B. - YAĞMUR, Ö. - YAZARKAN, H. (2012), Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), ss.117-124.
- ÇULHA, O. (2008), Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması, *Journal of Yaşar University*, 3(12), ss.1827-1852.
- DEERY, M. - JAGO, L. (2010), Social Impacts of Events and the Role of Anti-Social Behaviour, *International Journal of Event and Festival Management*, 1(1), pp.8-28.
- DREGDE, D. - WHİTFORD, M. (2011), Event Tourism Governance and The Public Sphere, *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5).
- DURMUŞ, B. - YURTKORU, S. - ÇİNKO, M. (2013), *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*, Beşinci Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- EKİN, Y. (2011), *Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Altın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya.
- GREEN, A. (1997), *Folklore: An Encyclopedia of Beliefs, Customs, Tales, Music and Art*, Volume 1 (2. Edition), Abc-Clio: Oxford.
- GÜL, E. - ERDEM, B. - GÜL, M. (2013), Yerel Festivallerin Etkinliğine Bağlı Ziyaretçi Kazanımları, *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 18(2), ss.213-239.

-
- GÜNERSEL, Ş. (1997), *Türkiye'nin Turizm Tanıtımında Kültürel Değerlerin Kullanımı ve Önemine Bir Örnek: Festivaller*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- KÜÇÜK, M. (2002), <http://unikop.org/makale/KS13-4-02.pdf>, (02.08.2014).
- OMAÇ, F. (2014), Alaçatı'da Ot Festivali Zamanı, *Aktüel Dergisi*.
- ÖZDEMİR, G. (2008), *Destinasyon Pazarlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ÖZUTKU, H. - ÇETİNKAYA M. (2012), Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi ve Firma Performansı Arasındaki İlişkide İçsel ve Dışsal Uyumun Moderatör Etkisi: Türk Otomotiv Sektöründe Bir Alan Araştırması, *Ege Akademik Bakış*, 12(3), ss.351-367.
- SANTİNO, J. (1994), *All Around The Year, Holidays and Celebrations in American Life*, University of Illinois Press: Chicago.
- URAL, A. - KILIÇ, İ. (2013), *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*, Dördüncü Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- VİSSER, G. (2009), Let's Be Festive: Exploratory Notes On Festival Tourism in South Africa, *Urban Forum*, 16(2-3), ss.155-174.

EKOTURİZM KAPSAMINDA SEYAHAT EDEN TÜKETİCİLERİN ÇEVREYE DUYARLI DAVRANIŞLARININ İNCELENMESİ: AYDER ÖRNEĞİ

Evren Güçer¹

Üzeyir Kement²

ÖZ

Ekoturizm faaliyetleri kapsamında Ayder yaylasını ziyaret eden bireylerin ziyaretleri esnasında göstermiş oldukları çevre dostu davranışlarının incelenmesi araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu kapsamda araştırma Ayder yaylasında ekoturizm faaliyetinde bulunan bireylerin algıladığı değer, aktivite bağlılığı ve müşteri tatmini değişkenleri aracılığıyla çevreye duyarlı davranışlarını belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak yüz yüze anket kullanılmıştır. Nisan ve Mart aylarında Ayder yaylasını ziyaret eden bireyler ile yüz yüze görüşülerek anketlerin doldurulması sağlanmıştır. Araştırmanın evrenini Ayder yaylasını ekoturizm faaliyeti kapsamında ziyaret eden bireyler oluşturmaktadır. Ayder yaylasını ziyaret eden bireylere yönelik herhangi sayısal bir istatistiğinin bulunmaması nedeniyle Araştırmada örneklem alma yoluna gidilmiş ve kolayda örnekleme yöntemine göre Ayder yaylasında ekoturizm faaliyetinde bulunan 400 kişiye anket dağıtılmıştır. Söz konusu anketlerin 43 tanesinde çok fazla doldurulmamış alan olduğundan değerlendirilmeye alınmamış ve 357 anket analize tabi tutulmuştur. Ekoturizm faaliyetine katılan 357 bireyden toplanan veriler, ilgili istatistik programında korelasyon ve regresyon analizlerine tabi tutulmuş ve araştırmanın amacına uygun olarak yorumlanmıştır. Araştırmada regresyon analizi ile elde edilen sonuçlara göre algılanan değerlerin müşteri tatminine, aktivite bağlılığına ve çevreye duyarlı davranışa ve müşteri tatmininin çevreye duyarlı davranışa etki ettiği sonuçlarına ulaşılmıştır. Ayrıca aktivite bağlılığının müşteri tatminine ve çevreye duyarlı davranışa herhangi bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre bireylerin çevreye duyarlı davranışlar sergilemesinde algılanan değer ve müşteri tatminin etkisinden bahsetmenin mümkün olabileceği görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çevreye duyarlı davranış, Ekoturizm, Ayder yaylası

EXAMINING ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE BEHAVIORS OF CUSTOMER WHO TRAVEL IN THE CONTEXT OF ECOTOURISM; AN AYDER EXAMPLE

ABSTRACT

This study is conducted to identify environmentally responsible behaviors of individuals who are involved in ecotourism in Ayder wold. A questionnaire is used as data collection tool. Data obtained from 357 individuals who participated in the study is analysed with regression and correlation and interpreted in parallel with the aim of the study. According to the results of regression analysis; perceived values have effect on customer satisfaction and activity involvement and individuals' perceived values and customer satisfaction have effect on environmentally responsible behavior. Besides it is concluded that activity involvement doesn't have effect on customer satisfaction and environmentally responsible behavior at all.

Keywords: Environmentally responsible behavior, Ecotourism, Ayder tableland

DOI: 10.17823/gusb.239

¹ Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, evrengucer@gazi.edu.tr

² Bingöl Üniversitesi, SBMYO, ukement@bingol.edu.tr

GİRİŞ

Son yıllarda turizme yönelik ve açık alan vb. rekreatif etkinliklerin; tatlı su kaynaklarının aşırı kullanımı, ormanların yok edilmesi, kıyı ve plajların, kültürel değerlerin zarar görmesi, biyolojik çeşitliliğin tahrip edilmesi gibi doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri fark edilmeye başlanmıştır. Bu etkilerin zamanla bu sektörlere olumsuz yönde yansımaları beklenmektedir. Dolayısıyla, bu tür faaliyetlerinin doğal ve kültürel kaynaklar üzerinde uzun dönemdeki olası sonuçlarının değerlendirilmesi gerekmektedir.

Doğal ve kültürel kaynakların uzun dönemli kullanımına dayanan sürdürülebilirlik kavramı, ekolojik dengenin korunması amacıyla ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik son yıllarda çok konuşulan ve gündem oluşturan bir kavram haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik, Sezgin ve Kahraman (2008: 431) tarafından, belirli bir ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin, kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ve ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi olarak ifade edilmektedir. Ayrıca tüm bu hassasiyetle bakılıp yapılmak istenen çalışmaların öncelikli amacının; gelecek nesillerin ihtiyacını gözetmek ve onlara daha yaşanabilir bir hayat bırakmak şeklinde olduğu söylenebilir.

Turizm sektöründe özellikle doğal ve tarihi alanların devamlılığının sağlanması ve tahrip edilmesinin önlenmesi noktasında sürdürülebilir turizm faaliyetlerinden bahsedilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda doğaya yönelik gerçekleştirilen ziyaretlerin zarar vermeden veya en az zarar vererek sonlanmasının sağlanması önem arz etmektedir. Kahraman ve Türkay (2009: 41)'a göre, ekoturizm faaliyeti doğaya yönelik gerçekleştirilen bir aktivite olmakla birlikte doğayı koruma bilincini de taşıyan bir niteliğe sahiptir. Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinden biri olarak kabul edilen ekoturizm kavramı çevreye yönelik yapılan turistik ve rekreatif bir etkinlik olarak gündeme gelmiştir. Özellikle turizm pazarında, doğaya dayalı turizm olarak tanımlanan ekoturizm, bir sürdürülebilir kalkınma aracı olarak görülmektedir.

Ekoturizm, geri dönüşümü olmayan kaynakların kullanımını en düşük düzeyde tutmak, turizm yönetimine yerel ölçekli katılımı sağlamak, küçük ölçekli turizm işletmeleri ile küçük ziyaretçi gruplarına hizmet etmek, biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunmak ve yerel halkın refahını gözeterek yerel halk ve ziyaretçilerin bilinçlendirilmesini sağlamak gibi ekolojik faaliyetlerle birlikte ele alınmaktadır. Dolayısıyla, öncelikle turizm faaliyetlerinin ekolojik dengeyi olumsuz yönde etkilememesi gerekmektedir.

Çalışmada, ekoturizme yönelik faaliyette bulunan bireylerin çevreye yönelik göstermiş oldukları davranışları etki eden faktörlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda Chiu, Lee ve Chen (2014)'in yapmış olduğu çalışma temel alınarak Ayder yaylasında ekoturizm faaliyetinde bulunan bireylerin çevreye duyarlı davranışlarını belirlemek amacıyla hipotezler geliştirilmiştir. Bu kapsamda öncelikle kavramsal çerçeve kısmında çalışma modeli ve içinde yer alan değişkenler

açıklanmakta, ilerleyen kısımlarda geliştirilen hipotezler ve bu hipotezleri test etmeye yönelik analizler ele alınmaktadır.

I. KURAMSAL ÇERÇEVE

Son yıllarda turizm faaliyetlerinin; tatlı su kaynaklarının aşırı kullanımı, ormanların yok edilmesi, kıyı ve plajların, kültürel değerlerin zarar görmesi, biyolojik çeşitliliğin tahrip edilmesi gibi doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri fark edilmeye başlanmıştır. Bu etkilerin zamanla turizm sektörüne olumsuz yönde yansımaları beklenmektedir. Dolayısıyla, turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel kaynaklar üzerinde uzun dönemdeki olası sonuçlarının değerlendirilmesi gerekmektedir.

Doğal ve kültürel kaynakların uzun dönemli kullanımına dayanan sürdürülebilirlik kavramı, ekolojik dengenin korunması amacıyla ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik son yıllarda çok konuşulan ve gündem oluşturan bir kavram haline gelmiştir. Sürdürülebilirlik, Kaypak (2010) tarafından, belirli bir ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin, kesintisiz, bozulmadan, aşırı kullanımla tüketmeden ve ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi olarak ifade edilmektedir. Sezgin ve Karaman (2008)'a göre; Sürdürülebilirlik, bugünün gereksinimlerini; gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılayan kalkınmadır.

Sürdürülebilirlik kavramından yola çıkarak sürdürülebilir turizm ise, doğal ve kültürel değerlerin daha uzun dönemli kullanılmasını ifade etmektedir (Erdoğan, 2003: 99). Sürdürülebilir turizm, ekoturizm, alternatif turizm, yeşil turizm, yumuşak turizm, özel ilgi turizmi, doğa turizmi (Akpınar ve Bulut, 2010: 1576), sorumlu turizm (Erdoğan, 2003: 99), düşük etkili turizm, doğal yaşam turizmi, çevreye dost turizm, uygun turizm, sorumlu turizm, ortaklığa dayalı turizm ve kırsal turizm (Akpınar ve Bulut, 2010: 1576) gibi içerikleri benzer olan turizm türlerini ortaya çıkarmıştır (Erdoğan, 2003: 99; Akpınar ve Bulut, 2010: 1576).

Ekoturizm kavramı 'turizmde sürdürülebilirlik' arayışları ile birlikte gündeme gelmiştir. Turizm pazarında, doğaya dayalı turizm olarak tanımlanan ekoturizm, bir sürdürülebilir kalkınma aracı olarak görülmektedir (Kahraman ve Türkay, 2009: 41).

Sürdürülebilir turizm ile ortaya çıkan turizm türlerinden ekoturizm, teriminin 1983 yılında Ceballos-Lascrain tarafından ilk olarak kullanıldığı ileri sürülmektedir. 1970'li yılların ortalarında Kanada Hükümeti tarafından başlatılan ekotur programlarında bu terime rastlanmaktadır. 1976 ve 1982 yılları arasındaki ekotur rehberleri ve broşürlerinde ekoturizm kavramının tanımı verilmemekle birlikte, ekotur ile ilgili bilgiler verilmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006: 51-52).

Weaver ve Lawton, 2007: 1168'a göre, ekoturizm terimi ilk defa literatürde 1980'li yılların sonlarında görülmeye başlanmıştır. Ancak bu yıllarda kültürel ve doğa konulu çalışmalar turizm sektöründe daha yeni başladığından ekoturizm faaliyetlerine yönelik faaliyetlerin artması ve bu turizm türünün büyük önem kazanması 2000'li yılları bulmuştur. Dolayısıyla turizm sektöründe doğal alanlar

üzerine yapılan faaliyetleri konu alan ekoturizm kavramı ile ilgili olarak 2002 yılında da “Journal of Ecotourism” adlı dergi yayımlanmaya başlanmıştır (Weaver ve Lawton, 2007: 1168).

Literatürde ekoturizme yönelik, farklı yazarlar tarafından farklı noktalara önem verecek şekilde yapılmış ama aynı zamanda ortak noktaları bulunan tanımlamalar yer almaktadır. Tsaur, Lin ve Lin (2006: 640)’e göre ekoturizm, doğal çevreyi koruma ve geliştirmeye yönelik bir model olarak tanımlanmaktadır. Başka bir ifade ile ekoturizm doğal ve kültürel değerlerin korunmasını ifade eden sürdürülebilirlik kavramı bağlamında gelişen bir kavramdır. Diğer yandan, Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (TIES) 1990 yılında ekoturizmi; “yerel halkın refahını gözeterek ve çevreyi koruyarak doğal alanlara yapılan sağduyulu seyahatler” şeklinde tanımlamaktadır (Ecotourism, 2015).

Doğal Hayatı Koruma Vakfı (World Wide Fund for Nature-Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada’da World Wildlife Fund-WWF)’na göre ekoturizm, “doğal çevreye en az etkide bulunan ve bu arada yerel topluluklara ekonomik fayda sağlayan turizm türü olarak tanımlanmaktadır”. Benzer şekilde Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organisation- WTO)’ne göre ekoturizm aracılığıyla ülke kalkınması, turizm sektöründe yer alan ev sahipleri ile turist kesimlerinin ihtiyaçlarının bugün var olan kaynakların gelecekte değerlerinin artırılarak ve korunarak karşılanmasıdır (Yücel, 2002: 1).

Eagles (1992: 3)’e göre ekoturizm temiz ve daha önceden bilinen/tanınan bir çevreye sahip olan bir varış noktasına yönelik turizm faaliyetidir. Ekoturizmin odak noktası aydınlatma, gürültü, titreşim, hava şartları, toz, gaz ve buharları kapsayan fiziksel çevre faktörleridir. Fiziksel çevrenin daha temiz ve düzenli olması açısından ekoturizm faaliyetleri bölgede yaşayan insanların ve bu bölgeyi ziyaret eden turistlerin bilinçli davranmasına ve gelecek nesillere daha temiz bir çevrenin bırakılmasına imkân sağlar. Shanklin (1993: 225) ekoturizmi; seyahat edenlerin çevre hakkında bilgi edindiği, çevrenin değerini anlamaya çalıştığı ya da doğal çevreyi korumak amacıyla yaptığı seyahatler olarak tanımlamaktadır. Lawrence, Wickins ve Phillips (1997: 308) ekoturizmi, ev sahibi ülke veya bölgenin kültürel yapısını ve doğal çevresini korumanın yanı sıra bu ülke veya bölgenin kendine özgü kültürüne ve doğal çevresine karşı duyarlı bir şekilde yapılan seyahat olarak ele almaktadır. Ayrıca, Ryan, Hughes ve Chirgwin, (2000)’e göre ekoturizm, küçük gruplar halinde seyahat eden turistlerin çevreye karşı duyarlı şekilde davranmasını desteklemektedir. Dolayısıyla, Tsaur, Lin ve Lin (2006), ekoturizmde ziyaretçilerin varış noktasını olumsuz yönde etkilemelerinin oldukça az olduğunu belirtmektedir. Grup halinde turistik destinasyonlara giden ziyaretçi kfilesini belirten kitlesel turizm faaliyetlerine karşın ortaya çıkan ekoturizm faaliyetlerinin amacı da ziyaret edilen destinasyonların gelecek zamanlarda tekrar kullanılmasını sağlamaktır.

Dolayısıyla, ekoturizm ile kitle turizminin çevreye karşı olumsuz etkilerinin azaltılabileceği veya ortadan kalkabileceği ileri sürülmektedir (Ryan, Hughes ve Chirgwin, 2000). Tüm bu bilgiler ışığında ekoturizm faaliyetlerinin doğaya yönelik olmasının yanında bireylerin de çevreye yönelik bilince sahip olduğu düşüncesinin yaygın olduğu ve bu beklenti doğrultusunda uygulamaların genişletilmesine yönelik çalışmaların sürdüğü görülmektedir.

Araştırmanın çalışma sahası turizm çeşidi bakımında ekoturizm alanı olarak belirlenirken bu alana ekoturizm faaliyeti amaçlı ziyaretler gerçekleştiren bireylerin önerilen bir model doğrultusunda algıladıkları değer, aktivite bağlılıkları, tatmin düzeyleri ve bu değişkenler neticesinde göstermiş oldukları davranışları belirlenmektedir. Dolayısıyla literatürde uygulama modeline yönelik ilgili çalışmaların incelenmesi ve değişkenlerin açıklanmasında fayda vardır.

Algılanan değer, tüketicilerin bir ürün satın aldığı anda o ürünle ilgili girdi ve çıktıları değerlendirmeleri sonucu hissettikleridir (Zeithaml, 1988: 5). Sweeney ve Soutar (2001: 207) yapmış oldukları çalışmada algılanan değer ölçülmesinde kalite, duygusallık, fiyat ve sosyal görünüm olacak şekilde çoklu boyutların kullanıldığını ifade etmektedirler. Sheth, Newman ve Gross (1991: 163) ise bu boyutları fonksiyonel, duygusal, epistemik, sosyal ve durumsal şeklinde ifade etmektedir. Turizm ve hizmet boyutlu alanlarda ise algılanan değer genellikle hizmet kalitesi, fiyat, duygusallık, sosyal faktör şeklinde açıklanmaktadır (Petrick, 2004: 399). Dolayısıyla bu bileşenlerin bütünlüğünü ifade eden algılanan değer, tüketicilerin aldığı hizmet sonrası buna değip değmediğini ve tatmin boyutuna etki edip etmediği incelenmesi gereken bir nokta olarak gösterilebilir (Chen ve Tasi, 2007; Chiu, Lee ve Chen, 2014). Dolayısıyla araştırmada istenilen amaca ulaşabilmek için H_1 kurulmuştur. Buna göre;

H_1 : Algılanan değer müşteri tatminini pozitif yönde etkiler.

Aktivite bağlılığı, bir bireyin seçtiği bir şeyleri önemli görme noktasında eğilimlerini ifade etmektedir (Chiu, Lee ve Chen, 2014: 322). Literatür incelendiğinde birçok çalışma aktivite bağlılığı boyutunun boş zaman faaliyetlerine yönelik yapılan çalışmalarda önemli bir değişken olarak açıklanmaktadır (Martin, Collado ve Bosque, 2013; Laverie ve Arnett, 2000; Chiu, Lee ve Chen, 2014). Dolayısıyla araştırmada istenilen amaca ulaşabilmek için H_2 oluşturulmuştur. Buna göre;

H_2 : Aktivite bağlılığı müşteri tatminini pozitif yönde etkiler.

Bireylerin gerçekleştireceği boş zaman faaliyetlerinde önemli bir boyut olarak ifade edilen aktivite bağlılığı, aynı zaman da bireylerin algıladığı değer sonucu etkilenebilmektedir (Chiu, Lee ve Chen, 2014: 323). Dolayısıyla bireylerin bir faaliyetten elde edeceği fayda ile katlanacak oldukları maliyet arasında olumlu bir farkın oluşması, bireylerin aktiviteye yönelik bağlılıklarını artırabileceği varsayılmaktadır. Bu kapsamda araştırmada istenilen amaca ulaşabilmek için H_3 oluşturulmuştur. Buna göre;

H_3 : Algılanan değer aktivite bağlılığını pozitif yönde etkiler.

Tatmin, "müşterilerin ürünü satın almak için katlandığı zaman, para, enerji ve fiziki maliyetlerin yeterli bir şekilde karşılandığını algılamasıdır" (Özer, 1998: 58). Dolayısıyla son yıllarda artan rekabet koşullarında işletmeler varlıklarını sürdürebilmek için müşteri tatminini ön planda tutmaları gerekmektedir. Günümüzde müşteri tatmini daha iyi bir işletme performansı sağlamak ve müşteriye daha fazla değer yaratmak açısından en önemli kriterlerden birisi olarak kabul edilmektedir (Raju, Lonial ve Gupta, 1998: 38). Ayrıca müşteri tatmini doğaya yönelik olan seyahatler ve

deneyimlerin açıklanmasında ve bireylerin ekolojik davranışlarının belirlenmesinde önemli bir nokta olarak görülmektedir (Tain-Cole ve Crompton, 2003; Davis, Le ve Coy, 2011; Chiu, Lee ve Chen, 2014). Araştırmanın amacı doğrultusunda ekoturizm faaliyetinde bulunan bireylerin tatmin olup olmama durumunun, çevreye duyarlı davranışları üzerindeki etkinin ölçülmesi amacıyla H_6 kurulmuştur. Buna göre;

H₆: Müşteri tatmini, çevreye duyarlı davranışı pozitif yönde etkiler.

Literatür incelendiğinde algılanan değer ile çevreye duyarlı davranış değişkenleri tema parkları, sit alanları, açık alan rekreatif etkinlikler gibi alanlarda tüketicilerin davranışlarını belirlemek amacıyla kullanılmıştır (Russell ve Russell, 2010: 628). Ayrıca Chiu, Lee ve Chen, (2014: 324) yapmış oldukları çalışmada bireylerin ekoturizm kapsamında algıladıkları değer ve aktivite bağlılığının çevreye duyarlı davranışları etkileyip etkilemediğini incelemiştir. Moeller, Dolnicar ve Leisch's (2011: 157-158) ise ekoturizm seyahatinde bulunan bireylerin çevreye yönelik farkındalıklarının daha güçlü olduğuna yönelik bulgular elde etmişlerdir. Literatürde yer alan çalışmaların işaret ettiği doğrultuda bireylerin çevreye duyarlı davranışlarını belirlemede aktivite bağlılığı ve algılanan değer değişkenlerinin incelenmesi önemli görülmektedir. Dolayısıyla araştırmada istenilen amaca ulaşabilmek için H_4 ve H_5 oluşturulmuştur. Buna göre;

H₄: Algılanan değer çevreye duyarlı davranışı pozitif yönde etkiler.

H₅: Aktivite bağlılığı çevreye duyarlı davranışı pozitif yönde etkiler.

II. YÖNTEM

A. Evren ve Örneklem

Ayder yaylasında ekoturizm faaliyetlerinde bulunan bireylerin bu destinasyonun ekoturizm açısından niteliğini ortaya koymak ve bu faaliyetlerde bulunan bireylerin çevreye karşı duyarlı davranışlarının incelenmesi amacıyla yapılan bu çalışma, amaç ve düzey yönünden uygulama araştırmaları kapsamındadır (Dinler, 1998: 9). Araştırma, Ayder yaylasında ekoturizm faaliyetlerinde bulunan bireylerin çevreye karşı duyarlılığını ortaya koyduğu için yöntem açısından tanımlayıcı sınıftadır. Belirlenen değişkenler arasında hipotezler kurup ilişki analizleri de yapıldığından araştırma aynı zamanda açıklayıcı özelliğe de sahiptir (Clark, Wood, Wilkie ve Riley, 1998: 9).

Araştırmanın evrenini Rize iline bağlı Ayder yaylasında ekoturizm faaliyetlerinde bulunan bireyler oluşturmaktadır. Ancak Ayder yaylasında ekoturizm faaliyetinde bulunan bireylerle ilgili herhangi bir istatistik olmadığından evrenle ilgili tam bir sayı söylemek mümkün değildir. Araştırmada örnek alma yoluna gidilmiş ve kolayda örnekleme yönetimi kullanılmıştır. Örneklem sayısını tespit etmek amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon analizi için kullanılan Tabachnick ve Fidell (2001: 117)'nin denklemi uygulanmıştır.

DENKLEM 1:

$$N \geq 50 + 8m$$

N: Örneklem Sayısı,

m: Değişken Sayısı

Bu çalışmada değişken sayısı 4 olduğu için örneklem büyüklüğü 82 veya üzeri olarak belirlenmiştir. Buna göre en az 82 birey üzerinde çalışıldığı takdirde örneklem evreni temsil edecektir. Ayder yaylasında ekoturizm faaliyetinde bulunan 400 kişiye Nisan ve Mart ayı döneminde yüz yüze anket yapılmıştır. Söz konusu anketlerin 43 tanesinde çok fazla doldurulmamış alan olduğundan değerlendirilmeye alınmamış ve 357 anket analize tabi tutulmuştur. Dolayısıyla değerlendirmeye tabi tutulan anket sayısı 357'dir ve bu değer evreni temsil edebilecek yeterliliktedir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket, Chiu, Lee ve Chen (2014)'in çalışmasından uyarlanmıştır. Bu ölçekteki maddeler, ilgili literatür taraması ve uzmanların görüşleri doğrultusunda belirlenmiş (kapsam geçerliliği) daha sonra da; öncelikle Ayder yaylasında dağıtılmadan önce, 50 kişilik ekoturizm amaçlı faaliyette bulunan tüketici grubu üzerinde ön uygulama yapılmış ve (görünüş geçerliliği kapsamında) yanlış anlaşılabilir ya da anlaşılmayan ifadeler düzeltilmiştir. Söz konusu anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 6 soru bulunmaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların çevreye duyarlı davranışlarını belirlemeye yönelik 4 adet algılanan değer (Sweeney ve Soutar, 2001), 3 adet aktivite bağlılığı (Havitz ve Dimanche, 1997), 4 adet müşteri tatmini (Okello ve Yerian, 2009) ve 7 adet çevreye duyarlı davranış sorusu almaktadır (Thapa, 2010; Kerstetter, Hou ve Lin, 2004; akt. Chiu, Lee ve Chen, 2014: 324). Bu sorular 5'li likert derecesine uygun olarak sıralanmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin öncelikle önerilen model kapsamında korelasyon analizine tabi tutulmuş ardından geliştirilen hipotezlerin ölçülmesi amacıyla regresyon ile analiz edilmiştir.

B. Ölçeklerin Güvenilirliği

Ölçekle elde edilen verilerin güvenilirliğini saptamak amacıyla Alpha Modeli ile güvenilirlik kat sayısı olan Cronbach Alpha kullanılmıştır. Cronbach Alpha değerleri anketin her bölümü için ayrı ayrı hesaplanmıştır. Buna göre algılanan değeri ölçmekte olan 4 sorunun güvenilirliği (Cronbach Alpha) 0,71, aktivite bağlılığını belirleyen 3 sorunun güvenilirliği 0,73, müşteri tatmini ölçmekte olan 4 sorunun güvenilirliği 0,75 ve çevreye duyarlı davranış ölçmekte olan 6 sorunun güvenilirliği 0,74 olarak hesaplanmıştır. Genel olarak anketin güvenilirliğinin ise 0,79 olduğu tespit edilmiştir. Yukarıda verilen değerler, güvenilirlik katsayısının kabul edilebilir alt sınırı olan 0,50'den büyük olduğu için ölçekle elde edilen verilerin güvenilir olduğunu söylemek mümkündür. Bu çerçevede, Tablodan da görülebileceği üzere, hesaplanan tüm α katsayıları 0,50'den büyüktür. Dolayısıyla, elde edilen veriler güvenilir olarak ele alınacaktır.

C. Araştırma Bulguları

Araştırma bulgularında katılımcıların demografik özelliklerine, çevreye duyarlı davranışlarını incelemeye yönelik oluşturulmuş hipotezlerin sonuçlarına yer verilmektedir. Tabloda yer alan araştırma bulgularına göre, katılımcıların %45,4’ü erkek, %56,6’sı kadındır. Katılımcıların yaşa göre dağılımı incelendiğinde, dağılımın %21,8’inin 25-34 yaş, %19,3’ünün 18-24 arası yaş grubunda olduğu, eğitim durumları incelendiğinde; %37,5’inin lisans, %26,6’sının Ön Lisans düzeyinde oldukları tespit edilmiştir

Ayrıca katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %41,7’sinin evli-çocuklu, %39,2’sinin bekâr olduğu, ikamet ettikleri yer incelendiğinde katılımcıların %89,9’unun yerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların gelir düzeyi incelendiğinde; %39,5’inin “yüksek” gelir, %37,0’sinin “orta” gelir grubunda oldukları tespit edilmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeğe yönelik faktör analizi yapılmıştır. Zira faktör analizi ile gözlemlenen çok sayıda değişken içerisinden gruplandırılmış temel değişkenler ya da faktörler tanımlayarak değişken sayısını azaltılması mümkündür (Ural ve Kılıç, 2006). Söz konusu analiz değişkenlerin faktör yüklerini belirleyerek gruplandırılmasına imkân tanımaktadır (Büyüköztürk, 2003).

Tablo 1: Faktör Analizi Sonuçları

Ölçeğe İlişkin Sorular	Faktör I (Algılanan Değer)	Faktör II (Aktivite Bağlılığı)	Faktör III (Müşteri Tatmini)	Faktör IV (Ç. Duyarlı Davranış)
Ekoturizm faaliyetlerine yönelik seyahat etmek nitelikli olarak kabul edilebilir	0,70			
Ekoturizm faaliyetlerine yönelik seyahat etmek için para harcamaktan kaçınmam	0,79			
Ekoturizm faaliyetlerine yönelik seyahat etmek bana iyi hissettirir	0,76			
Ekoturizme yönelik seyahat etmek ilgi çekicidir		0,77		
Bu destinasyona yönelik seyahat keyiflidir		0,84		
Seyahat deneyimlerimi başkaları ile paylaşırım		0,78		
Bu destinasyondaki ekolojik çevreye yönelik koruma tatmin edicidir			0,76	
Tur rehberlerinin destinasyonu yorumlamaları tatmin edicidir			0,81	
Ekoturizm faaliyetlerine yönelik seyahat etmek memnun edicidir			0,65	
Bu destinasyonda yabancı hayata verilen değer tatmin edicidir			0,69	
Paramı yöresel alanlarda harcarım				0,76
Diğer ziyaretçilerin Ayder hakkında bilgi edinmelerine yardımcı olurum				0,66
Seyahat alanlarında kullandığım malzemelerin çöplerini ayrıştırarak uygun çöp kutularına atarım				0,73
Seyahatim esnasında flora ve faunaları tahrip etmemeye çalışırım				0,56

Araştırmada gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda öz değeri 1'den büyük dört boyut ortaya çıkmıştır. Bu boyutların "Algılanan Değer", "Aktivite İlgisi", "Müşteri Tatmini" ve "Çevreye Duyarlı Davranış" oldukları doğrulanmıştır.

Araştırmada geliştirilmiş hipotezlere regresyon analizi yapılabilmesi için, regresyon analizinin ön koşulu olan korelasyon analizi yapılmaktadır. Test sonuçlarına göre, araştırmaya katılan bireylerin algılanan değeri ile çevreye duyarlı davranışları (ÇDD) arasında pozitif yönlü ($r=0,267$) ve anlamlı, müşteri tatmini ile ÇDD arasında pozitif yönlü ($r=0,325$) ve anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların aktivite bağlılığı ile ÇDD arasında ($r= -0,018$) anlamlı bir ilişkinin olmadığı saptanmıştır.

Tablo 2: Müşteri Tatmini Regresyon Analizi

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	Tolerans	VIF
Sabit	1,993	0,485		4,112	0,000		
Algılanan Değer	0,403	0,052	0,382	7,807	0,000	0,994	1,006
Aktivite Bağlılığı	0,143	0,090	0,077	1,579	0,115	0,994	1,006
R= ,396	R ² = ,157	$\Delta R^2= ,152$	Durbin-Watson= 1,263				
F _(2,354) = 32,884	p< 0,000						

Bağımlı Değişken: Müşteri Tatmini

Tablo incelendiğinde yapılan regresyon analizi sonucunda katılımcıların ekoturizm faaliyetinde buldukları Ayder yaylasında müşteri tatminlerini etkileyeceği varsayılan algılanan değer ve aktivite bağlılığı değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analizde, algılanan değer değişkeninin anlamlı (% 5 anlamlılık düzeyinde) olduğu (0,382), aktivite bağlılığı değişkeninin ise %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre; **H₁** desteklenirken, **H₂** desteklenmemektedir.

Tablo 3: Aktivite Bağlılığı Regresyon Analizi

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	Tolerance	VIF
Sabit	4,659	0,140		33,253	0,000		
Algılanan Değer	0,045	0,030	0,078	1,480	0,140	1,000	1,000
R= ,078	R ² = ,006	$\Delta R^2= ,003$	Durbin-Watson= 1,347				
F _(1,355) = 2,191	p< 0,140						

Bağımlı Değişken: Aktivite Bağlılığı

Tabloda katılımcıların ekoturizm faaliyetinde buldukları Ayder yaylasında aktivite bağlılığını etkileyeceği varsayılan algılanan değer değişkeni arasındaki ilişki incelenmektedir. Yapılan analizde, algılanan değer değişkeninin anlamlı (%5 anlamlılık düzeyinde) olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre; **H₃** desteklenmemektedir.

Tablo 4: Çevreye Duyarlı Davranış Çoklu Regresyon Analizi

Değişken	B	Standart Hata	β	t	p	Tolerance	VIF
Sabit	3,282	0,451		7,273	0,000		
Algılanan Değer	0,134	0,051	0,145	2,646	0,009	0,848	1,179
Aktivite Bağlılığı	-0,052	0,083	-0,032	-0,627	0,531	0,987	1,013
Müşteri Tatmini	0,202	0,048	0,230	4,179	0,000	0,843	1,186
R= ,314	R ² = ,099	$\Delta R^2= ,091$	Durbin-Watson= 1,728				
F _(3,353) = 12,872	p< 0,000						

Bağımlı Değişken: Çevreye Duyarlı Davranış

Tabloda katılımcıların ekoturizm faaliyetinde buldukları Ayder yaylasında çevreye duyarlı davranışlarını etkileyeceği varsayılan; algılanan değer, aktivite bağlılığı ve müşteri tatmini değişkenleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan analizde, algılanan değer ve müşteri tatmini, değişkenlerinin ayrı ayrı anlamlı (% 5 anlamlılık düzeyinde) olduğu; aktivite bağlılığı değişkeninin ise %5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca çevreye duyarlı davranışa yönelik yapılan araştırma, Ayder yaylasında ekoturizm faaliyetinden bulunan bireylerin çevreye duyarlı davranışlarının % 9'unu açıklamaktadır.

Ekoturizm faaliyetinde bulunan bireylerin çevreye duyarlı davranışlarını en çok etkileyen değişkenin müşteri tatmini (0.230) olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifade ile müşteri tatminindeki bir birimlik artış, katılımcıların çevreye duyarlı davranışlarını 0.230 birim artırmaktadır. Diğeri ise 0,145 seviyesinde algılanan değerdir. Buna göre; **H₄** ve **H₆** desteklenirken **H₅** desteklenmemektedir.

Yapılan analizler sonucunda bireylerin çevreye duyarlı davranış sergilemelerinde Ayder yaylasında bulunan hizmetlerden ve doğal güzelliklerden tatmin olmaları en büyük etken olarak görülmektedir. Ayrıca bireylerin algılamış oldukları değer de davranışlarını etkileyen bir diğer değişkendir. Literatürde doğa manzaralı bölgelerde gerçekleştirilen ekoturizm faaliyetlerinin çevreye duyarlı davranış sergilenmesinde hangi faktörlerle gerçekleştiğinin açıklanmasında çalışmanın katkıları bulunmaktadır. Ekoturizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği yerlerde tüketicilerin özellikle gerçekleştirilmesi turistik hizmet veren işletmeler için ayrıca önem arz etmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışma ekoturizm faaliyetinde bulunan bireylerin çevreye duyarlı davranışlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi amacıyla hazırlanmıştır. Ekoturizm faaliyetinde bulunan bireylerin çevreye duyarlı davranışlarını belirlemek amacıyla algılanan değer, aktivite bağlılığı, müşteri tatmini ve çevreye duyarlı davranış değişkenleri kullanılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda bireylerin çevreye duyarlı davranış sergilemelerinde Ayder yaylasında bulunan hizmetlerden ve doğal güzelliklerden tatmin olmaları en büyük etken olarak görülmektedir. Ayrıca bireylerin algılamış oldukları değer de davranışlarını etkileyen bir diğer

değişkendir. Literatürde doğa manzaralı bölgelerde gerçekleştirilen ekoturizm faaliyetlerinin çevreye duyarlı davranış sergilenmesinde hangi faktörlerle gerçekleştiğinin açıklanmasında çalışmanın katkıları bulunmaktadır. Ekoturizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği yerlerde tüketicilerin çevreye duyarlı davranışlar gerçekleştirmelerini sağlayan değişkenlerin belirlenmiş olması turistik hizmet veren işletmeler için ayrıca önem arz etmektedir. İşletmelerin tüketicileri tatmin etme amacıyla çevreyi koruyan ve sürdürülebilirliğini sağlayan ürünler kullanması veya hizmetlerinde çevrenin önemini yansıtan bilgilerin sunulması gibi çalışmaların da tüketicilerin çevreyi korumaya yönelik bilinçli hareket etmesini sağladığı ifade edilebilir. ekoturizm faaliyetleri amaç itibariyle hem doğal alanları turist ve rekreasyonistlerin ziyaret etmesine olanak tanırken hem de doğal alanlara yönelik tüketici bilincinin artmasını hedef alan bir etkinliktir.

Ayder yaylasında ve yakın destinasyonlarında yaşayan insanların Ayder yaylasına yönelik bir bağlılığının olmasının uzaktan gelen bireylere göre daha farklı olması olasıdır. Zira uzaktan gelen bireyler özellikle aktiviteye yönelik bağlılıklarından ötürü geliyor olabilirler. Dolayısıyla bu fark H₃'ün desteklenmemesine bir neden olarak gösterilebilir. İlerleyen çalışmalarda yöre insanları ile dışarıdan gelen insanlar ayırt edilerek çalışma yapılabilir ve bu iddianın doğruluğu tartışılabilir.

Araştırmaya katılan bireylerin algılamış oldukları değer, tatmin düzeyleri ve ekoturizm aktivitesine yönelik bağlılıklarının çevreye yönelik duyarlı davranış göstermelerinde etkili olup olmadığı incelenmiş, algılanan değer ve tatmin düzeyinin etkisi olduğu sonucuna varılırken, ekoturizm aktivitesine yönelik bağlılıklarının çevreye duyarlı davranış sergilemelerine bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir. Bireylerin gittikleri destinasyonda tatmin olmaları çevreye yönelik koruyucu politikaları gözeterik hareket etmelerini sağlamaktadır. Ayrıca son yıllarda oldukça gelişmiş bir durumda olan toplumsal pazarlama anlayışının temelini oluşturan tüketici istekleri ve dünyada yer alan kaynakların korunması gerekliliğine yönelik anlayış, tüketicilerin ekoturizm gibi çevresel aktivitelere katılırken özellikle bu hususları dikkate aldığını göstermektedir. Ayrıca destinasyonda işletmeciler ve bölge yönetimi tarafından görebilecekleri doğal alanlara yönelik hassasiyetle birlikte tatmin düzeylerinin ve algıladıkları değer artabileceği ve haliyle çevreyi koruyan ve kollayan şekillerde davranışlar sergileyecekleri görülmektedir.

Çevreye duyarlı davranışların altında yatan etmenler sadece tatmin, aktivite bağlılığı ve algılanan değer boyutları değildir. Bu boyutların dışında etki etmesi muhtemel görünen veya geçmiş çalışmalarda farklı yazarlar tarafından dünyada farklı bölgelerde yapılan çalışmalar dikkate alınarak ilgili değişkenlerin de etkisi incelenebilir. Örneğin, ekoturizm faaliyet alanlarının ekolojik narinliği (toprak ve hava kirliliği, oksijen oranı, flora ve fauna yaşam alanları vb. ölçümler) tespit edilerek, tüketicilerin davranış nedenlerinden ziyade alanın kapasitesi incelenerek sürdürülebilirliği açısından yorumlamalar yapılabilir. Çalışma sadece ilgili değişkenlerle kısıtlı kalmıştır. Dolayısıyla insanların bireysel ve sosyal normları, ekolojik kaygıları, bilgileri gibi boyutlar da dikkate alınarak çalışmaların ilgili alanda/alanlarda yapılmasında fayda vardır.

KAYNAKÇA

- AKPINAR, Elif ve Yahya BULUT; (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm bir Dalı Olan Ekoturizmi Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları. **III. Ulusal Karadeniz Ormanlık Kongresi**, 4, ss.1575-1594.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Şener; (2010). **Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum**. Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.
- CHEN, Ching-Fu. ve Dung Chung, TASI; (2007), How Destination İmage and Evaluative Factors Affect Behavioral İntentions? **Tourism Management**, 28(4), 1115-1122.
- CHIU, Yen-Ting, Lee WAN I. ve Tsung, Husing CHEN; (2014), Environmentally Responsible Behavior in Ecotourism: Antecedents and İmplications. **Tourism Management**, 40, 321-329.
- CLARK, Mona. A., Morgan J. RILEY, Emma WILKIE ve Roy C. WOOD; (1998), **Researching and Writing Dissertations in Hospitality and Tourism**. International Thomson Business Press.
- DAVIS, Jody L., Benjamin LE ve Anthony E. COY; (2011), Building A Model of Commitment to The Natural Environment to Predict Ecological Behavior and Willingness to Sacrifice. **Journal of Environmental Psychology**, 31(3), 257-265.
- DEMİR, Cengiz ve Aydın ÇEVİRGEN; (2006). **Ekoturizm Yönetimi**. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- DİNLER, Zeynel; (1998), **Bilimsel Araştırma ve İnternet'e Bağlı Bilgi Merkezleri El Kitabı**. Bursa: Ekin Kitapevi Yayınları.
- EAGLES Paul F. J. (1992). The Travel Motivations of Canadian Ecotourist. **Journal of Travel Research**, 31(2), 3-7.
- ECOUTOURİSM, (2015). http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/k.BEB9/What_is_Ecotourism__The_International_Ecotourism_Society.htm (Erişim Tarihi: 06.09.2015).
- ERDOĞAN, Nazmiye; (2003). **Çevre ve (Eko)turizm**. Dost Kitabevi, Ankara.
- HAVİTZ, Mark E. ve Frederick DİMANCHE; (1997), Leisure İnvolvevement Revisited: Conceptual Conundrums and Measurement Advances. **Journal of Leisure Research**, 29(3), 245-278.
- KAHRAMAN, Nüzhet ve Oğuz TÜRKAY; (2009), **Turizm ve Çevre**, Detay Yayınları, 3. Baskı, 087, No.13188, Ankara.
- KAYPAK, Şafak; (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği. **Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, 2(2), 93-94.
- KERSTETTER, Deborah. L., Jing-Shoung HOU ve Choung-Hsein LİN; (2004). Profiling Taiwanese Ecotourists Using A Behavioral Approach. **Tourism Management**, 25(4), 491-498.
- LAVERİE, Debra. A. ve Dennis B. ARNETT; (2000), Factors Affecting Fan Attendance: The İnfluence of İdentity Salience and Satisfaction. **Journal of Leisure Research**, 32(2), 225-246.
- LAWRENCE, Thomas B., Deborah WICKINS, D. ve Nelson PHILLIPS (1997). Managing Legitimacy in Ecotourism. **Tourism Management**, 18(5), 307-316.

-
- MARTİN, Hector S., Jesus COLLADO ve Ignacio R. Del BOSQUE; (2013), An Exploration of The Effects of Past Experiences and Tourist İnvolvement on Destination Formation. **Current Issues in Tourism**, 16(4), 327-342.
- MOELLER, Teresa, Sara DOLNİCAR ve Friedrich LEİSC; (2011), The Sustainability–Profitability Trade-Off in Tourism: Can It Be Overcome?. **Journal of Sustainable Tourism**, 19(2), 155-169.
- OKELLO, M. Makonjio ve Sarah YERİAN; (2009), Tourist Satisfaction in Relation to Attractions and İmplication For Conservation in The Protected Areas of the Northern Circuit, Tanzania. **Journal of Sustainable Tourism**, 17(5), 605-625
- ÖZER, Nadiye; (1998), Postoperatif Dönemdeki Hastaların Ağrısı Tanımlamaları ve Hemşirelerin Ağrılı Hastalara Yönelik Girişimlerinin İncelenmesi. Atatürk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Erzurum.
- PETRICK, James, F.; (2004), The Roles of Quality, Value and Satisfaction in Predicting Cruise Passengers' Behavioral İntentions. **Journal of Travel Research**, 42(4), 397-407.
- RAJU, P. S. Subhash C. LONİAL ve Yash P. GUPTA; (1998), Market Orientation and Performance in The Hospital Industry. **Journal Of Marketing Health Care**, (15)4, 34-41.
- RUSSELL, Dale. W. ve Cristel A. RUSSELL; (2010), Experiential Reciprocity: The Role of Direct Experience in Value Perceptions. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 27(6), 624-634.
- RYAN, Chris, Karen HUGHES ve Sharon CHİRGWİN; (2000). The Gaze, Spectacle and Ecotourism. **Annals of Tourism Research**, 27(1), 148-163.
- SEZGİN, Mete ve Abdullah KARAMAN (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Ve Pazarlaması. **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 19, 429-437.
- SHANKLIN, Carol W.; (1993). Ecology Age: İmplications for the Hospitality and Tourism İndustry. **Journal of Hospitality and Tourism Research**, 17(1), 219-229
- SHETH, Jagdish N., Bruce I. NEWMAN ve Barbara L. GROSS; (1991), Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. **Journal of Business Research**, 22(2), 159-170
- SWEENEY, Jillian C. ve Geoffrey N. SOUTAR; (2001), Consumer Perceived Value: The Development of A Multiple İtem Scale. **Journal of Retailing**, 77(2), 203-220.
- TAIN-COLE, Shu ve Jhon CROMPTİON; (2003), A Conceptualization of The Relationships Between Service Quality and Visitor Satisfaction and Their Links to Destination Selection. **Leisure Studies**, 22(1), 65-80.
- THAPA, Brijesh; (2010), The Mediation Effect of Outdoor Recreation Participation on Environmental Attitude-Behavior Correspondence. **The Journal of Environmental Education**, 41(3), 133-150.

-
- TSAUR, Shen-Hshiang, Yu-Chiang LİN ve Jo-Hui LİN; (2006). Evaluating Ecotourism Sustainability from the İntegrated Perspective of Resource, Community and Tourism. **Tourism Management**, 27, 640-653.
- URAL, Ayhan ve İbrahim KILIÇ; (2006). **Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi (SPSS 10.00-12.0 For Windows)**. Detay Yayıncılık, Ankara.
- WEAVER, David ve Laura LAWTON; (2007). Progress in Tourism Management Twenty Years on: The State of Contemporary Ecotourism Research. **Tourism Management**, 28(5), 1168-1179.
- YANG, Zhilin ve Robin T. PETERSON; (2004). Customer Perceived Value, Satisfaction and Loyalty: The Role of Switching Costs. **Psychology & Marketing**, pp:799-822.
- YÜCEL Cengiz; (2002). **Turizmde Yükselen Değer: Ekoturizm**. TÜRSAB Ar-Ge Departmanı: Nisan, 1-7.
- ZEITHAML, Valarie A.; (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. **The Journal of Marketing**, 2-22.



OTEL İŞLETMELERİ VE SEYAHAT ACENTALARI YÖNETİCİLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME BAKIŞ AÇISI: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Gürkan ALAGÖZ¹

Erkan GÜNEŞ²

Abdullah USLU³

ÖZ

Bu araştırmanın amacı, turizm sektörünün en önemli paydaşlarından olan otel işletmeleri ve seyahat acentaları yöneticilerinin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarını ölçmektir. Araştırmanın uygulama alanını Erzincan oluşturmaktadır. Bu kapsamda, Erzincan'da faaliyet gösteren otel işletmeleri ve seyahat acentaları yöneticilerinin sürdürülebilir turizm anlayışını ortaya koymak amacıyla Sırakaya-Türk vd., (2008), tarafından geliştirilen SUS-TAS Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeği'nden yararlanılmıştır. İlde faaliyet gösteren otel işletmelerinin % 85'ine, seyahat acentalarının ise % 77'sine ulaşılmış, toplam 27 işletme ile yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular neticesinde, araştırmaya katılan yöneticiler, doğal çevrenin çekici olması turistler için önemli olduğunu ancak Erzincan'da turizmin gelişiminin iyi planlanmadığını düşünmektedirler. Ayrıca, yöneticilerin sürdürülebilir turizme yönelik olumlu tutumlar sergiledikleri anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Otel İşletmesi, Seyahat Acentası, Erzincan.

SUSTAINABLE TOURISM PERSPECTIVE OF HOTEL BUSINESS AND TRAVEL AGENCY MANAGER: A FIELD RESEARCH

ABSTRACT

The purpose of this research, hotels, one of the most important stakeholders of the tourism sector and travel agencies to measure managers' attitudes towards sustainable tourism. The research is the application of Erzincan. In this context, operating hotel businesses and travel agencies in Erzincan benefited from by Sırakaya-Turk et al. (2008), to demonstrate the sustainable tourism concept for the administrator, which was developed the SUS-TAS Sustainable Tourism Attitude Scale. Operating in the city 85% of the hotel business and 77% of the travel agents application of face to face surveys were conducted with a total of 27 businesses. As a result of the findings, executives surveyed, the natural environment is important for tourists to be attractive but they think of the development of tourism not well planned Erzincan. In addition, executives are understood to exhibit positive attitudes towards sustainable tourism.

Keywords: Sustainable Tourism, Hotel Management, Travel Agency, Erzincan.

JEL Code: M10, L830, O440

DOI: 10.17823/gusb.243

¹ Öğr. Gör., Erzincan Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO, galagoz@erzincan.edu.tr

² Öğr. Gör., Erzincan Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik MYO, egunes@erzincan.edu.tr

³ Öğr. Gör., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Fethiye Ali Sıtkı Mefharet Koçman MYO, auslu@mu.edu.tr

GİRİŞ

Dünya, insanların ihtiyaçlarını karşılayacak her şeye sahiptir. Ancak insanların bitmek bilmeyen istek ve arzuları karşısında kaynakların hızla tükendiğini söylenebilir. Küreselleşen dünyada insanlar ihtiyaçlarından daha fazlasını tüketmeye yönlendirilmektedir. İnsanoğlunun bu tutumu dünyanın sahip olduğu kaynaklar üzerinde aşırı yüklenmeye neden olmaktadır (Akşit, 2007: 446). Günümüzde insanlık için en büyük tehlike yeryüzüne yönelik çevresel baskılar ile ekolojik süreçlerin bozulmasıdır. Yaşam standartlarının korunarak devam ettirilebilmesi, öncelikle ekolojik süreçlerinin korunmasına ve sürdürülebilmesine bağlıdır (Gündüz, 2004: 58).

Turistik destinasyonlarda yaşayan halk, doğrudan turizm sektöründe çalışan veya destek hizmetleri vererek turizmden dolayı olarak fayda sağlayanlar ile turizmden gelir elde etmeyenler olarak iki grupta incelenmektedir. Birinci grupta yer alanlar geçimlerini turizmden sağladıklarından genelde turizmin olumsuz etkilerine karşı hoşgörülüken, ikinci grupta yer alanların turizme yaklaşımları daha olumsuzdur (Buhalis ve Fletcher, 1995: 10'dan Aktaran, Roney, 2011: 130). Bu durum turizm sektörü yatırımcıları, yöneticileri ve çalışanları ile turizmden herhangi bir fayda sağlamayan kişilerin tutumlarının farklı olacağı sonucunu işaret ederken, turizmden fayda sağlayanların turizme konu olan doğal, kültürel ve sosyal kaynakların kullanılması ve tüketiminde bazı hususları göz ardı edilebileceği endişesi, irdelenmesi gereken bir konu olarak ortaya çıkmaktadır.

Turizm sektörü, hizmet endüstrisinin en önemli alanlarından birisidir. Özellikleri gereği ve işleyiş olarak emek yoğun bir özelliğe sahip ve en önemli üretim faktörünün insan olması, sektörde sürdürülebilir ve sürekli bir başarının sağlanmasında insan faktörünü ön plana çıkarmaktadır. Bir bölgeye sürdürülebilir bir turizm anlayışının kazandırılması her şeyden önce turizm paydaşları ve çalışanlarında sürdürülebilirlik farkındalığı oluşturmakla mümkündür. Özellikle de gelişmekte olan turizm bölgelerinde bu bilincin oluşturulması, turizm kaynaklarının korunması ve sürekliliğinin sağlanması açısından gereklidir.

Bu nedenle, sürdürülebilir turizm gelişiminde turizm işletme yöneticilerinin tutumları son derece önemlidir. Araştırmanın konusunu oluşturan sürdürülebilir turizme, özellikle de sektörün lokomotif konumunda olan seyahat acentaları ve otel işletmeleri yöneticilerinin bakış açısını ölçmek amaçlanmıştır. Bu kapsamda ilgili literatür derlenerek uygun araştırma tekniğinden yararlanılmış ve konu aydınlatılmaya çalışılmıştır.

I. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Hızlı gelişen ve değişen teknoloji ve sanayileşmenin sonucu olarak çevre kaynaklı problemler, nüfus artışı, kaynakların sınırlılığı, insanlığı sürdürülebilirlik kavramını araştırmasına ve uygulamasına yönlendirmiştir. Sürdürülebilir çevre ve kalkınmanın temel felsefesi, kaynakların korunması ve yenilebilir kullanılmasıdır (Gündüz, 2004: 58). Bir turizm destinasyonuna turist çeken unsurlar sonsuz ve süresiz değildir. Bu yüzden bu kaynaklar sınırlı ve muhtemelen yenilenmesi olanaksız olarak

görülmesi ve değerlendirilmelidir. Çevreyi korumayı ve yaşam koşullarını iyileştirmeyi amaçlayan bir yaklaşım benimsenmelidir (Can, 2013: 28).

Turizm hareketleri yıllarca kitle turizmine dayalı bir şekilde ilerlemiştir. Turizm bölgelerinde, özellikle de yerel yönetimler, turizm gelişimi konusunda turizm pazarlamasını tüketim politikası üzerinde kurmuşlar, doğal, sosyo-kültürel ve tarihsel kaynakları korumak ve biçimlendirmek konusunda yetersiz kalmışlardır. Bunun sonucunda, kaynakların plansızca ve bilinçsizce kullanılması çevre üzerinde tahribata yol açmıştır. Çevreyi korumak ve turizmde sürdürülebilirliği sağlayabilmek, turizmin sürdürülebilir gelişimi için koruyucu ve geliştirici alternatif turizm türlerinin benimsenmesini gerektirmektedir (Altanlar ve Akıncı Kesim, 2011: 2).

Günümüzde sürdürülebilir turizm deyince akla, farklı bir turizm türü gelmektedir. Bu algı tamamen yanlıştır. Aslında sürdürülebilir turizm, tüm turizm türlerini de içerisinde barındıran, turizmin kullandığı tüm kaynaklara duyarlı olan politika ve uygulamaları içeren bir felsefedir (Kozak ve Bahçe, 2009: 94).

Dünya Turizm Örgütü, Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi ve Dünya Konseyi tarafından turizmde sürdürülebilir kalkınma; “gelecekteki fırsatları koruyup geliştirmeyi gözeterek, günümüz turistlerinin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılama ilkesini benimser” şeklinde ifade edilmektedir (Akşit, 2007: 443).

Gündüz (2004: 60) sürdürülebilir turizmi “turizm olayını oluşturan etkenlerin ve varlıkların nitelik ve niceliklerini kaybetmeden sürekliliğinin sağlanması” şeklinde tanımlamıştır.

Sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin tanımlanması oldukça güçtür. Sürdürülebilir turizm uygulamaları çeşitli şekillerde tarif edilmektedir. Karar vericiler (politikacılar) ve Sivil Toplum Kuruluşları yöneticileri sürdürülebilir turizmi işletme düzeyinde, "kurumsal sosyal sorumluluk" veya "sosyal vatandaşlık" olarak, tüketiciler ise, “çevreci ve sorumlu davranış sergileyen turistler” olarak tarif edebilir (Day, 2012: 1).

Sürdürülebilir turizmin tanımları dikkate alındığında turizmin çevreye duyarlı formlarıyla paralellik göstermektedir (Kahraman ve Türkay, 2012: 112). *Tourism Concern/Worldwide Fund for Nature* sürdürülebilir turizm için aşağıdaki önerileri sunmuştur (Garrod ve Fyall, 1998: 202):

1. Kaynakların sürdürülebilir kullanımı.
2. Aşırı tüketimin ve atık azaltımı.
3. Çeşitliliğin korunması.
4. Turizmin yapılan plan ve stratejilere dahil edilmesi.
5. Yerel ekonomilerin desteklenmesi.
6. Yerel toplumu kapsaması.
7. Paydaşlara ve halka danışma.
8. Çalışanların eğitimi.
9. Turizm pazarlamasında sorumluluk ilkesi.

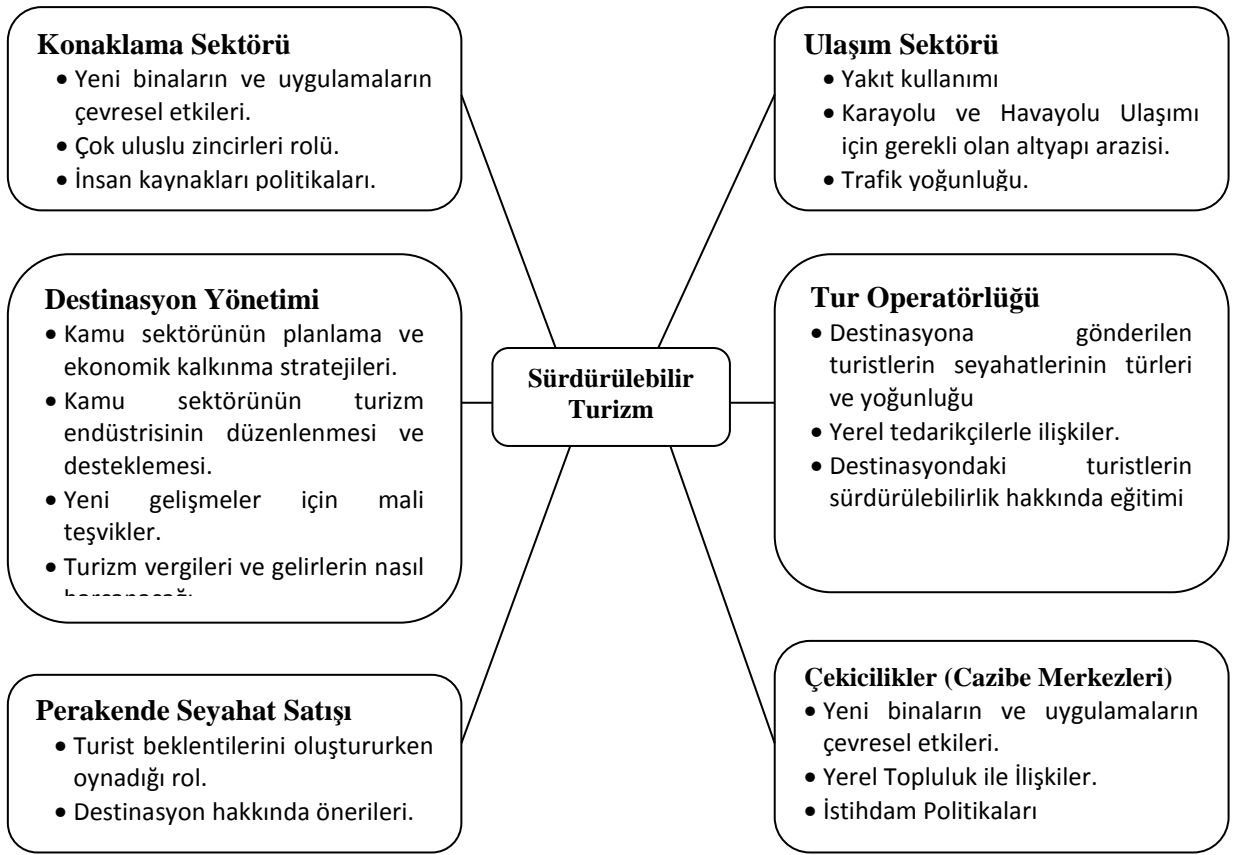
10. Araştırma bilinci.

Birleşmiş Milletler Çevre Programı ve BM Turizm Örgütü tarafından hazırlanan raporda sürdürülebilir turizmin hedefleri aşağıda belirtilmiştir (UNEP ve UNWTO, 2005: 25-48):

- 1. Ekonomik Süreklilik:** Turizm destinasyonları ve turizm işletmelerinin canlılığını ve rekabet gücünü sağlamak için uzun vadede ekonomik faydalar sunar.
- 2. Yerel Kalkınma:** Ev sahibi toplumun ziyaretçi harcamalarından en yüksek oran faydalanmasını sağlayarak, ekonomik refahını artırır ve yerel kaynakların korunmasına katkı sağlar.
- 3. İstihdam Kalitesi:** Herhangi bir ayırım yapmaksızın turizm sayesinde gelişen iş olanaklarının sayısını ve kalitesini, ücret düzeyi de dahil hizmet ve kullanılabilirlik koşullarını güçlendirir.
- 4. Sosyal Eşitlik:** Turizmin ekonomik ve sosyal faydalarının bütün topluma genel ve adil bir şekilde dağılımı için uğraşır.
- 5. Ziyaretçi Memnuniyeti:** Herhangi bir ayırım yapmaksızın tüm ziyaretçiler için güvenli, tatmin edici ve doyurucu bir deneyim sağlar.
- 6. Yerel Kontrol:** Turizmin yönetimi ve gelecekteki gelişimi için tüm paydaşların, yerel toplulukları güçlendirmek için bir araya getirilerek turizm girişimi ve planlaması için istişare edilmesini sağlar.
- 7. Toplumsal Refah:** Toplumsal yaşam kalitesini güçlendirmek için, sosyal yada çevresel bozulma ve sömürüden kaçınarak sosyal yapıların ve kaynakların korunmasını sağlar.
- 8. Kültürel Zenginlik:** Ev sahibi toplumun tarihi mirasını, otantik kültürünü, gelenek ve ayırt edici özelliklerine saygı duyar ve geliştirir.
- 9. Fiziki Bütünlük:** Çevrenin fiziksel ve görsel aşınmasını önlemek ve kentsel/kırsal manzara kalitesini arttırmak için çevreyi korur ve geliştirir.
- 10. Biyolojik Çeşitlilik:** Doğal alanlara, canlı çeşitliliğine ve yaban hayatına verilen zararın en aza indirilmesini ve korunmasını destekler.
- 11. Kaynakları Verimli Kullanma:** Turizm tesislerinin geliştirilmesi ve işletilmesinde kıt ve yenilenemeyen kaynakların kullanımını en aza indirir.
- 12. Çevre Temizliği:** Turizm işletmeleri ve ziyaretçiler tarafından oluşturulan atıklarla oluşabilecek hava, su ve toprak kirliliğini en aza indirir.

A. Sürdürülebilir Turizmin Sektörel Paydaşları

Turizm sektörü içerisinde yer alan her bir sektörün sürdürülebilirlikle alakalı kendine özgü taşıdığı sorunları vardır. Şekil 1’de turizm içerisinde yer alan temel sektörler ve bu sektörlerin sürdürülebilir turizmle alakalı konular ve sorunlar belirtilmektedir (Swarbrooke, 2000: 20).



Şekil 1. Turizmin Farklı Sektörleri ve Sürdürülebilir Turizm Sorunları

Kaynak:SWARBROOKE, John; (2000), *Sustainable Tourism Management*, CABI Publishing, Second Edition, London, 21s.

Araştırmanın uygulama alanı olan seyahat acentaları ve otel işletmeleri sürdürülebilir turizm açısından ele alındığında bu işletmelerin yapması gereken bir takım uygulamalar bulunmaktadır.

Otel işletmeleri açısından bakıldığında sürdürülebilir turizm uygulamaları (Kahraman ve Türkay, 2012: 149):

- Atık azaltımı.
- Enerji verimliliği.
- Su kaynaklarının korunması.
- Hava kalitesinin korunması.

Seyahat acentaları açısından bakıldığında, bu işletmelerin sürdürülebilir turizme katkı sağlayabilmeleri açısından başlıca yerine getirilmesi gereken faaliyetler aşağıda sıralanmıştır (Kahraman ve Türkay, 2012: 184-185):

- Seyahat acentaları, ekoturizmi olması gerektiği gibi değerlendirmeli ve uzun vadede temel değerlerden sapmadan ekoturizm faaliyetlerini devam ettirmelidir.

- Seyahat acentaları, yerel, ulusal veya uluslararası düzeyde çevresel ve sosyal konularla ilişkili kuruluşları, birlikleri ve sivil kuruluşları desteklemeli ve onlara çevrenin korunması ve sosyal konularına ilişkin yardımda bulunmalıdır.
- Seyahat acentaları, çevre konusunda beraber çalıştığı kişilerin yardımıyla yerli halkı ve işletmeleri neden çevre bilincinin onları ilgilendirdiği konusunda eğitmelidir.
- Seyahat acentaları yolcularının çevresel ve sosyal eğitimleri vasıtasıyla bir fark yaratmalıdır.

Gerek otel işletmeleri gerekse seyahat acentaları için verilen uygulama örnekleri zaman ve mekana göre farklılıklar gösterebileceği için uygulama ve faaliyetler arttırılabilir. Bu nedenle sürdürülebilir turizm için otel işletmeleri ve seyahat acentalarını, yukarıda verilen faaliyet ve uygulamalarla sınırlandırmak mümkün değildir.

II. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

A. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sürdürülebilir turizmin geliştirilmesinde turizm sektöründe yer alan kamu kurum kuruluşları ile birlikte özel işletmeler de önemli rol oynamaktadır. Buradaki önem özellikle yatırım miktarının yüksekliği, oluşturduğu istihdam imkânları, bölge halkına ve ekonomisine katkıları ve çevre üzerindeki etkilerinden meydana gelmektedir. Tüm bu özellik ve etkileri bünyesinde bulunduran turizm işletmelerinin sürdürülebilir turizme bakış açısı, turizm sektörünün sürdürülebilir gelişimi açısından göz ardı edilmemesi gereken bir husustur.

Bu araştırmada, turizm sektörünün baş aktörleri olan otel işletmeleri ve seyahat acentaları yöneticilerinin yerel bazda sürdürülebilir turizme ilişkin tutumlarını ölçmek amaçlanmıştır. Turizm hareketlerinden doğrudan kazanç elde eden turizm işletmelerinin bakış açısının irdelenmesi ve analiz edilmesi sürdürülebilir turizm gelişimi için gereklidir. Elde edilen bulgular yerel tabanda sürdürülebilir turizme katkı sağlaması bakımından önem teşkil etmektedir. Araştırma amacı doğrultusunda geliştirilen hipotezler şunlardır;

H₁: Yöneticilerin sürdürülebilir turizm algılarında cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₂: Yöneticilerin sürdürülebilir turizm algılarında daha önceden turizm eğitimi alıp almadıklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir.

H₃: Yöneticilerin sürdürülebilir turizm algılarında çalıştıkları işletme türüne göre anlamlı farklılık göstermektedir.

B. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Erzincan il merkezinde faaliyet gösteren turizm işletme ve belediye belgeli otel işletmeleriyle seyahat acentaları oluşturmaktadır. Erzincan il kültür ve turizm

müdürlüğünden alınan veriler doğrultusunda Erzincan Merkezde faaliyet gösteren toplam 8 Turizm işletme belgeli otel işletmesi ile, Erzincan belediyesi web sayfasından alınan verilere göre toplam 12 belediye belgeli otel işletmesi (www.erzincan.bel.tr, 2015), toplamda 20 adet otel işletmesi bulunmaktadır. TÜRSAB 2015 verilerine göre Erzincan merkezinde toplam 15 seyahat acentası (www.tursab.org.tr, 2015) bulunmaktadır. Bu acentalardan 2’si merkezi Erzincan olan şube oldukları için araştırma kapsamından çıkarılmıştır.

Araştırma evreni oluşturulurken diğer turizm işletmeleri (yiyecek-içecek işletmeleri, hediyelik eşya işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, rehberlik hizmetleri gibi) kapsam dışı tutulmuştur. Bunun nedeni, bu işletmelerin turizm faaliyetleri içerisinde henüz yer alamamasından kaynaklanmaktadır.

Araştırmada evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmış, turizm işletme belgeli otel işletmelerinin 7’sine, belediye belgeli otel işletmelerinin 10’una ulaşılarak toplam 17 anket uygulanmıştır. Seyahat acentalarının 10’una anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Diğer işletmeler anketi cevaplamayı reddetmiştir. Anketlerin geri dönüş oranı yaklaşık % 82 şeklinde gerçekleşmiştir.

C. Veri Toplama Yöntemi

Veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılmıştır. Anketler, yöneticiler ile yüz yüze görüşme ile yapılmıştır. Anket araştırması 2015 yılı Şubat-Mart aylarında gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılanların anketlerde yer alan maddelere ilişkin görüşleri beşli likert ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir. Bu bölümde, katılımcıların ifadelerine yönelik cevapları doğrultusunda elde edilen veriler dikkate alınarak her bir ifade için ağırlıklı ortalama hesaplanmıştır. Ölçekte ifadelerine ilişkin indeks değerleri hesaplanırken “Tamamen Katılıyorum” cevabına 5 değeri, “Katılıyorum” cevabına 4 değeri, “Kararsızım” cevabına 3 değeri, “Katılmıyorum” cevabına 2 değeri, “Hiç Katılmıyorum” cevabına 1 değeri verilmiş ve her bir ifade için ortalama bir değer bulunmuştur. Hesaplanan ortalamalar 5 üzerinden olup, ortalaması 5’e yakın ifadeler katılımcıların katıldıkları yöndeki eğilimi, ortalaması 1’e yakın olan ifadeler ise katılmadıkları yönündeki eğilimi belirtmektedir.

Anket formunun ilk bölümünde demografik özellikleri ölçen 9 soru ve yöneticilerin Erzincan ve sürdürülebilirlik ile ilgili düşüncelerini yansıtan altı soru bulunmaktadır. Bu bölümlerdeki sorular literatürden yararlanılarak oluşturulmuştur. (Can, 2008; Kahraman ve Türkay, 2012). Anket formunun son bölümünde ise yöneticilerin sürdürülebilir turizme bakış açılarını ölçmeye yönelik toplam 29 soru bulunmaktadır. Bu bölümdeki sorular, Sırakaya-Türk vd., (2008), tarafından geliştirilen ve Altıntaş, (2010) tarafından Türkçeye çevrilen SUS-TAS Sürdürülebilir Turizm Tutum Ölçeği’nden faydalanılarak oluşturulmuştur. Elde edilen veriler SPSS 22.0 paket programında değerlendirilmiştir. Tüm veriler için frekans analizi yapılmıştır. Erzincan iliyle ilgili sürdürülebilir turizme yönelik olumlu ve olumsuz bakış açılarını ölçebilmek amacıyla, turizmle ilgili ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları alınarak yorumlanmıştır.

Örneğin seçildiği ana kütle dağılımının normal olmadığı durumlarda non-parametrik testler kullanılır (Shao, 1999’dan akt. Gegez, 2010: 291). Çalışmadaki 27 örnekleme ait veriler normal dağılım göstermediği için (Yapılan K-S testinde normal dağılmadığı görülmüştür) ve yeterli sayıda örneklem olmadığından dolayı araştırmanın uygulama kısmında non-parametrik testler uygulanmıştır.

Mann-Whitney U tekniği, iki ilişkisiz örneklemeden elde edilen puanların birbirinden anlamlı bir şekilde farklılık gösterip göstermediğini test eder. Kruskall-Wallis H tekniği, ilişkisiz iki ya da daha çok örneklem ortalamasının birbirlerinden anlamlı farklılık gösterip test etmektedir. İki gruplu karşılaştırmalarda Mann-Whitney U testi, üç ve daha fazla gruplu karşılaştırmalarda ise Kruskall-Wallis H testi kullanılmıştır. Anlamlılık seviyesi olarak 0,05 kullanılmış olup, $p < 0,05$ olması durumunda anlamlı farklılığın olduğu, $p > 0,05$ olması durumunda ise anlamlı farklılığın olmadığı belirtilmiştir.

Ayrıca çalışmada örneklem sayısı 27 ($n=27$) olması nedeniyle doğrulayıcı faktör analizi veyahut yapısal eşitlik modeli (YEM) uygulanması mümkün görünmemektedir. Tabachnick ve Fidell (2001: 613)’e göre faktör analizi yapılabilmesi için örneklem sayısı en az 150 olması gerekmektedir. Yine başka bir çalışmada Kline (1994), güvenilir faktörler çıkartmak için 200 kişilik örneklemin genellikle yeterli olacağını, faktör yapısının açık ve az sayıda olduğu durumlarda bu rakamın 100’e kadar indirilebileceğini, ancak daha iyi sonuçlar için daha büyük örnekleme çalışmanın yararlı olacağını vurgulamaktadır.

Ayrıca araştırma kapsamında geliştirilen hipotezleri test etmek amacıyla “Man-Whitney U” ve “Kruskall-Wallis H” testi kullanılmıştır. Anketin orijinalinden farklı olarak sorular azaltıldığından güvenilirlik analizi yapılmış ve 29 maddeden oluşan ölçeğin Cronbach Alpha Güvenilirlik Katsayısı ($\alpha = 0,85$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç, anket formunun güvenilirliğinin yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

D. Araştırmanın Bulguları

1. Demografik Bulgular

Tablo 1’teki demografik özelliklere göre katılımcılar daha çok 21 kişi ile erkeklerden (% 77,8) oluşmaktadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu 22 kişi (% 81,5) ile evli kişilerdir. Yaş aralığı en çok 30-39 yaş arasında 12 kişi (% 44,4) bulunmaktadır. Aylık gelir durumlarına bakıldığında 7 kişinin (% 25,9) 1501-2000 TL ve 6 kişinin (%22,2) 2001-2500 TL gelire sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 1: Demografik Özelliklere Ait Bulgular

Cinsiyet	(N)	(%)	Eğitim Durumu	(N)	%
Bayan	6	22,2	İlköğretim	2	7,4
Erkek	21	77,8	Lise	11	40,7
Toplam	27	100,0	Ön Lisans	6	22,2
Medeni Durum	(N)	%	Lisans	7	26

Evli	22	81,5	Lisansüstü	1	3,7
Bekâr	5	18,5	Toplam	27	100,0
Toplam	27	100,0	Turizm sektöründe çalışma süresi	(N)	%
Yaş	(N)	%	1 yıldan az	1	3,7
18-24	3	11,2	1-3 yıl	4	14,8
25-29	5	18,5	4-7 yıl	6	22,2
30-39	12	44,4	8-14 yıl	6	22,2
50-59	5	18,5	15 yıl ve üzeri	10	37,0
60 ve Üzeri	2	7,4	Toplam	27	100,0
Toplam	27	100,0	İşletmedeki Pozisyonları	(N)	%
Gelir Durumu	(N)	%	Müdür	16	59,3
Asgari Ücret	4	14,8	Sahip Yönetici	8	29,6
Asgari Ücret-1500 TL	2	7,4	Bölüm Müdürü	3	11,1
1501-2000 TL	7	26	Toplam	27	100,0
2001-2500 TL	6	22,2	İşletme Türü	(N)	%
2501-3000 TL	2	7,4	Turizm İşletme Belgeli Otel	7	26
3001-4000 TL	1	3,7	Belediye Belgeli Otel	10	37,0
4001 TL ve üzeri	5	18,5	Seyahat Acentası	10	37,0
Toplam	27	100,0	Toplam	27	100,0
Turizm eğitimi alıp almadığı	(N)	%			
Evet	11	40,7			
Hayır	16	59,3			
Toplam	27	100,0			

Yöneticilerin yarıya yakınının eğitim durumu, 11 kişi (% 40,7) ile lise mezunlarıdır. Turizm eğitimi almayanların yönetici sayısı 16 kişiden (%59,3) oluşmaktadır. Turizm sektöründe çalışma süreleri en çok 10 kişi (%37) ile 15 yıl ve üzeri deneyime sahip oldukları görülmektedir. Yöneticilerin işletmedeki pozisyonları 16 kişi (%59, 3) ile müdürlerden oluşmaktadır. 27 adet işletmenin 10’ar tanesini (%37) ile Belediye belgeli otel ve seyahat acentaları oluşturmaktadır.

2. Yöneticilerin Erzincan Turizmi’ne İlişkin Görüşleri

Tablo 2’ye göre yöneticilere sorulan ve üç tanesi işaretlenmesi istenen insanları turizm hareketine iten sebeplerle ilgili en çok doğal güzellikleri görmeleri (% 21,0) ile ilk sırada iken alış-veriş (%1,3) ile son sırada yer almaktadır. Tablo 2’ye göre yöneticilere sorulan ve önemli gördüğü üç tanesi işaretlenmesi istenen Erzincan’da hangi turizm faaliyetlerinin öncelikli olarak geliştirilebileceği hakkında, kış turizmi (% 32,0) ile ilk sırada iken kongre turizmi (%1,3) ise son sırada yer almaktadır.

Tablo 2. İnsanları Turizme Yönelten Sebepler ve Erzincan’da Geliştirilebilecek Turizm Türü

Turizme Yönelten Sebepler	(N)	Oran (%)	Turizm Türü	(N)	Oran (%)
Doğal Güzellikler	17	21,0	Kış	26	32,0
Dinlenme	13	16,0	Spor	14	17,2
Merak	12	14,8	Av	8	9,9
Eğlenme	11	13,6	Festival ve Etkinlik	8	9,9
Spor	6	7,4	Kültür	8	9,9
Dost Akraba Ziyaret	6	7,4	Termal Turizm	7	8,6
İş	5	6,2	Kırsal	5	6,2
Kültür	4	4,9	İnanç	2	2,5
İnanç	4	4,9	Diğer	2	2,5
Eğitim	2	2,5	Kongre	1	1,3

Alışveriş	1	1,3		Toplam	81	100,0
Toplam	81	100,0				

Tablo 3’e göre yöneticilere sorulan ve önemli gördüğü üç tanesi işaretlenmesi istenen *Erzincan denilince akla gelen ürünler* sıralamasında tulum peyniri (%32) ile ilk sırada, ardından cimmin üzümü (%21,0) ile ikinci sırada son sırada ise (%2,5) ile bal yer almaktadır.

Tablo 3. Erzincan Denilince Akla Gelen Ürün ve Yer

Ürün	(N)	Oran (%)	Yer	(N)	Oran (%)
Tulum peyniri	26	32,0	Girlevik Şelalesi	26	32,0
Cimin üzümü	16	20,0	Ekşisu Mesire	14	17,2
Ekşisu	10	12,3	Kemaliye Evleri	12	14,8
Bakır İşleme	10	12,3	Karanlık Kanyon	7	8,6
Kemah tuzu	6	7,4	Kemah Kalesi	6	7,4
Yaprak döner	5	6,2	Mama Hatun Kervansarayı	5	6,2
Tava leblebi	4	4,9	Taşçı Hamamı	3	3,7
Saruç	2	2,5	Altın-tepe Ören Yeri	3	3,7
Bal	2	2,5	Ergan Dağı	3	3,7
Toplam	81	100,0	Abrenk Kilisesi	1	1,3
			Melik Gazi Türbesi	1	1,3
			Toplam	81	100,0

Tablo 3’e göre yine yöneticilere sorulan ve önemli gördüğü üç tanesi işaretlenmesi istenen *Erzincan denilince akla gelen turistik yerler* sıralamasında Girlevik Şelalesi (%32) ile ilk sırada, ardından Ekşisu Mesire yeri (%16,3) ile ikinci sırada son sırada ise (%1,3) ile Abrenk Kilisesi ve Melik Gazi Türbesi yer almaktadır.

3. Yöneticilerin Sürdürülebilirliğe Bakış Açıları

Tablo 4’e göre yöneticilerin sürdürülebilirlikle ilgili düşüncelerine göre en çok 9 kişi (%33,3) ile “geliştirmek” kavramı şeklinde ifade ederlerken ikinci sırada “kalite” ve “gelecek” ifadelerini 6’şar kişi (%22,2) ile ifade etmişlerdir.

Tablo 5’e göre yöneticilere sorulan sürdürülebilirlikte en önemli rol oynayan kurumlar sıralamasında Kültür Turizm İl Müdürlüğü (%33,3) ile ilk sırada, ardından Valilik (%25,9) ile ikinci sırada son sırada ise (%3,7) ile Belediye ve Üniversite yer almaktadır.

Tablo 4. Yöneticilerin Sürdürülebilirlikle İlgili Düşünceleri

	(N)	Oran (%)
Geliştirmek	9	33,4
Kalite	6	22,2
Gelecek	6	22,2
Rekabet	2	7,4
Ekonomiklik	2	7,4
Çevreye Duyarlılık	1	3,7
Korumak	1	3,7
Toplam	27	100,0

Tablo 5. Sürdürülebilirlikte En Önemli Rol Kime Aittir

	(N)	Oran (%)
Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü	9	33,4
Valilik	7	25,9
Yerel Halk	5	18,5
Turizm İşletmeleri	4	14,8
Belediye	1	3,7
Üniversite	1	3,7
Toplam	27	100,0

Yöneticilerin sürdürülebilir turizme yönelik tutumları (Tablo 6), turizm sektöründe çalışan yöneticilerin sürdürülebilir turizm hakkındaki ifadelerine katılıp katılmadıkları konusunda 29 adet önerme sorulmuş ve bu önermeler 5’li likert ölçeği ile sorulan sorulara göre cevaplandırılmaları istenmiştir. Aşağıdaki tabloda, yöneticilerin önermelere katılım dereceleri, ortalamaları dikkate alınarak oluşturulmuştur. Ayrıca bu önermelere yönelik 27 yöneticinin katılıp katılmama dereceleri frekans yüzdelerine göre Tablo 4’de gösterilmiştir.

Aritmetik ortalamalarından en yüksek olan önerme 4,56 aritmetik ortalama ile “Doğal çevrenin çekici olması turistler için önemlidir” önermesidir. Ardından ikinci sıradaki önermeler ise 4,48 aritmetik ortalama ile “Turizmi bölgemize yeni gelir kaynağı yaratması yüzünden seviyorum” ile “Turizmin bölge ekonomisine büyük katkı sağladığına inanıyorum” önermeleridir.

Aritmetik ortalaması en düşük olan önerme ise 2,30 ile “Erzincan’da turizmin gelişiminin iyi planlandığına inanıyorum.” önermesidir. Yine aritmetik ortalaması genel ortalamaya göre oldukça düşük olan 2,81 aritmetik ortalama ile “Erzincan’da turizm kalkınma planları sürekli geliştirilir” önermesidir. Sürdürülebilir turizm hakkındaki ifadelerle ilgili sorulan 29 adet önermenin ortalaması 3,84 olarak tespit edilmiştir. Bu da yöneticilerin sürdürülebilir turizm hakkında bilgi ve olumlu düşüncelere sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 6. Yöneticilerin Sürdürülebilir Turizme İle İlgili İfadelere Bakış Açıları

İFADELER		A.O	S.S.
Çevrenin Sürdürülebilirliği	Turizmin gelişimi için doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve korunmalıdır.	4,33	,83
	Turizm doğal ve kültürel çevreyle uyum içinde gelişir.	4,15	,81
	Turizm çevreyi korur.	3,89	,89
	Turizm ile doğal çevremiz hem bugün hem de gelecekte korunur.	3,74	,81
	Turizm yaban hayatı ve doğal yaşamı her zaman korur.	3,55	1,01
Uzun Dönem Planlama	Başarılı turizm yönetimi için ileri düzeyde planlama yapılması gerekir.	4,41	1,04
	Turizm sektörü geleceğe yönelik plan yapar.	4,19	,96
	Erzincan’da turizm kalkınma planları sürekli geliştirilir.	2,81	1,38
	Erzincan’da turizmin gelişiminin iyi planlandığına inanıyorum.	2,30	1,29
Algılanan Ekonomik Fayda	Turizmi bölgemize yeni gelir kaynağı yaratması yüzünden seviyorum.	4,48	,57
	Turizmin bölge ekonomisine büyük katkı sağladığına inanıyorum.	4,48	,97
	Turizm yerel ekonomiyi çeşitlendirir.	4,41	,88
	Turizm bölge ekonomisi için iyidir.	4,37	1,07
Toplum Merkezli Ekonomi	Bölgedeki turizm hareketleri bölgesel mallar için yeni pazarlar yaratır.	4,30	,77
	Turizm işletmeleri çalıştıracığı insanların büyük çoğunluğunu Erzincan ve çevresinden karşılar.	3,96	,89
	Turizm sektöründe tüketilen mal ve hizmetlerin büyük çoğunluğu bölgedeki üretimle karşılanır.	3,89	,89
	Turizm sektörü bölgenin gelişmesi için gerekli olan fonlara katkıda bulunur.	3,66	1,10
	Turizmden sağlanan gelir halkın geniş kitlelerine dağılır.	3,49	1,05
Topluluk	Başarılı bir turizm gelişimi için toplumdaki her kesimin turizm karar	4,11	,80

Katılımın Maksimizasyonu	mekanizmasına katılımı gereklidir.		
	Turizmin gelişmesi ile toplumun tüm kurumlarında çevre bilinci artar.	3,89	,75
Ziyaretçi Memnuniyetinin Sağlanması	Yerel halka turizm karar mekanizmalarında yer alabilmeleri için fırsat verilir.	3,49	1,15
	Toplum bireyleri turizm planlama komitelerinde liderlik yapmak için teşvik edilir.	3,26	1,02
	Turizm sektörü her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.	3,26	1,09
	Toplum bireylerinin turizm karar mekanizmalarında yer alabilmeleri için fırsatlar yaratılmıştır.	3,15	1,06
	Doğal çevrenin çekici olması turistler için önemlidir.	4,56	,75
Ziyaretçi Memnuniyetinin Sağlanması	Turizm işletmeleri turistlerin memnuniyetini dikkate alır.	4,22	,75
	Turizm turistlerin olumlu izlenimlerle ayrılmalarını sağlar.	4,11	1,01
	Turistlerin olumlu izlenimlerini arttırabilmek için belediye yatırım yapar.	3,63	1,21
	Yerel yönetim (belediye, muhtarlık) turist memnuniyetini takip eder.	3,15	1,27

Algılanan ekonomik faydaya yönelik ifadeler katılım ortalaması (4,43) ile en yüksek, çevrenin sürdürülebilirliği ve ziyaretçi memnuniyetinin sağlanması (3,93), toplum merkezli ekonomi

	Cinsiyet				Man-Whitney U		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks	Wilcoxon W	Z	P
Turistlerin olumlu izlenimlerini arttırabilmek için belediye yatırım yapar.	Erkek	21	20,00	120,00	258,000	-2,220	,026*
	Kadın	6	12,29	258,00			
Turizm turistlerin olumlu izlenimlerle ayrılmalarını sağlar.	Erkek	21	7,25	43,50	43,500	-2,527	,012*
	Kadın	6	15,93	334,50			

(3,86), topluluk katılım maksimizasyonu (3,53) iken, uzun dönemli planlama (3,42) ile en düşük katılım ortalamasına sahiptir.

Tablo 7. Yöneticilerin Cinsiyetlerine Göre Sürdürülebilir Turizm ifadeleri ile ilgili “Man-Whitney U” Testi

* Sig<0.05

Tablo 7’de görüldüğü üzere, Erzincan ilindeki yöneticilerin sürdürülebilir turizmle ilgili ifadelerle yönelik algılarını cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini test edebilmek amacıyla “Man-Whitney U” testi yapılmıştır.

Tekin ve Ehtiyar (2010) yılında yaptıkları araştırmada departman yöneticilerinin karar verme stillerinin cinsiyet farklılığına göre istatistiksel olarak anlamlı ölçüde farklılaşma göstermediği sonucuna ulaşmışlardır

Sürdürülebilir turizmle ilgili ifadelerden “Turizm turistlerin olumlu izlenimlerle ayrılmalarını sağlar.” ile “Turistlerin olumlu izlenimlerini arttırabilmek için belediye yatırım yapar.” ifadeleri cinsiyete göre anlamlı farklılık ($p<0.05$) göstermektedir. Tablo 5’deki bu sonuçlara göre; “ H_1 :

Yöneticilerin sürdürülebilir turizm algılarında cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 8’de görüldüğü üzere, Erzincan ilindeki yöneticilerin sürdürülebilir turizmle ilgili ifadelerine yönelik algılarını daha önceden turizm eğitimi alıp almadıklarına göre farklılık gösterip göstermediğini test edebilmek amacıyla “Man-Whitney U” testi yapılmıştır.

Bozgeyik’in de (2005) vurguladığı gibi ahlaki değerler kişilere, toplumlara, bölgesel ve ulusal değerlere ve başta görgü olmak üzere ekonomi, kültür, eğitim düzeyi ve din gibi öğelere bağlı olarak farklılıklar gösterebilecektir (Sarıışık vd., 2006).

Upchurch’ un (1998) 198 otel yöneticisi ile gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarına göre eğitim seviyesi ve sektördeki deneyim süresinin uzunluğu ile etik hükümlere başvurulması arasında doğru orantı olduğunu ortaya koymuştur (Sarıışık vd., 2006).

	Turizm Eğitimi Alıp Almadığı				Man-Whitney U		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks	Wilcoxon W	Z	P
Turistlerin olumlu izlenimlerini arttırmak için belediye yatırım yapar.	Evet	11	14,55	160,00	218,000	-,313	,754
	Hayır	16	13,63	218,00			
Turizm turistlerin olumlu izlenimlerle ayrılmasını sağlar.	Evet	11	12,50	137,50	137,500	-,871	,384
	Hayır	16	15,03	240,50			

Taşkıran (2006) yapmış olduğu çalışmada turizm ve otelcilik eğitimi aldıça, yöneticilerin göreve yönelimlerinin arttığını görülmektedir. Otel işletmeleri yöneticileri aldıkları turizm eğitimi ile birlikte hizmet sektörünün gereklerini ve niteliklerini özümstedikleri ortaya çıkmıştır

Tablo 8. Yöneticilerin Turizm Eğitimi Alıp Almadıklarına Göre Sürdürülebilir Turizm İfadeleri ile İlgili “Man-Whitney U” Testi

* Sig<0.05

Sürdürülebilir turizmle ilgili ifadelerini temsilen tabloda sadece 2 tanesini alarak gösterilmiştir. Bunlar; “Turizm turistlerin olumlu izlenimlerle ayrılmasını sağlar.” ile “Turistlerin olumlu izlenimlerini arttırmak için belediye yatırım yapar.” ifadeleri turizm eğitimi alıp almadıklarına göre anlamlı farklılık (p<0.05) göstermemektedir.

Tablo 8’deki bu sonuçlara göre; “**H₂**: Yöneticilerin sürdürülebilir turizm algılarında daha önceden turizm eğitimi alıp almadıklarına göre anlamlı farklılık göstermektedir” hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 9. Yöneticilerin Sürdürülebilir Turizmle İlgili İfadelere Yönelik Algılarının İşletme Türüne Göre Farklılığı“Kruskall-Wallis H” Testi

	İşletme Türüne Göre	Kruskall-Wallis H				
		N	Mean Rank	Ki Kare	Z	P
Yerel halka turizm karar mekanizmalarında yer alabilmeleri için fırsat verilir.	Turizm İşletme Belgeli Otel	7	9,43	9,197	2	0,10*
	Belediye Belgeli Otel	10	19,55			
	Seyahat Acentası	10	11,65			

* Sig<0.05

Tablo 9’da görüldüğü üzere, Erzincan ilindeki yöneticilerin sürdürülebilir turizmle ilgili ifadelerine yönelik algılarını çalıştıkları işletme türüne göre farklılık gösterip göstermediğini test edebilmek amacıyla “Kruskall-Wallis H” testi yapılmıştır. Sürdürülebilir turizmle ilgili ifadelerden “Yerel halka turizm karar mekanizmalarında yer alabilmeleri için fırsat verilir.” İfadesi işletme türüne göre anlamlı farklılık ($p<0.05$) göstermektedir.

Tablodaki mean rank durumuna bakıldığında Belediye belgeli otel yöneticilerinin seyahat acentası ve turizm işletme belgeli otellere göre farklı algıladıkları tespit edilmiştir. Tablo 7’deki bu sonuçlara göre; “**H₃**: Yöneticilerin sürdürülebilir turizm algılarında çalıştıkları işletme türüne göre anlamlı farklılık göstermektedir” hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizm insanlık tarihi ile birlikte başlayan ve günümüz dünyasındaki gelişmelere paralel önemi her geçen gün artan bir endüstridir. Dünyada iki trilyon dolarlık bir endüstri konumunda olan turizm, ülke ekonomilerine ciddi manada katkı sağlamaktadır. Ekonomik katkısı bu denli yüksek olan bu endüstriye yapılan yatırımlar çok yüksek miktarda olmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için can simidi durumunda olan turizm endüstrisi büyük bir yatırım potansiyeline sahiptir. Ekonominin ana felsefesini oluşturan kıt kaynaklarla sınırsız insan ihtiyaçlarının tatmin edilmesi düşüncesi turizm içinde geçerlidir. Bir bölgenin doğal güzellikleri, gelenek ve görenekleri, tarihsel detayları turizmin ana kaynaklarına örnek olarak verilebilir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde turizm gelişimi ekonomik kaygılar ön planda tutularak planlandığından, turizmin ana kaynakları (doğal, sosyal ve kültürel) göz ardı edilmekte ve yok olma durumu ile karşı karşıyadır. Bu durum, turizm plan ve politikalarının bilinçli ve sürdürülebilir anlayışla yapılmasını zorunlu kılmaktadır.

Çevrenin korunması ve sürdürülebilir bir turizm gelişiminin sağlanması için yapılan yatırımların ve eylemlerin başında gereken önlemlerin alınması gerekmektedir. Japonların hatanın oluşmadan önlenmesi için sıfır hata prensibi ve Alain’in sözüne atfen “*Sonuçları değil, başlangıçları değiştirmek gerekir*” anlayışının sürdürülebilir turizmde dikkate alınması gerekmektedir.

Yapılan birçok araştırma, sürdürülebilir turizmin gelişiminin yerel yönetimler, yerel halk ve ziyaretçilerle gerçekleştirilebileceği ileri sürmüştür. Bu çalışmada ise, belirtilen paydaş grubunun dışında turizm işletmelerinin yöneticilerinin “turizmde sürdürülebilirlik” felsefesine bakışı yansıtılmaya çalışılmıştır.

Araştırma kapsamında Erzincan’da faaliyet gösteren otel işletmelerinin % 85’ine, seyahat acentalarının ise % 77’sine ulaşılmıştır. Elde edilen bulgulara göre; yöneticiler, doğal çevrenin çekici olması turistler için önemli olduğunu ancak Erzincan’da turizmin gelişiminin iyi planlanmadığını düşünmektedirler.

Araştırma sonucunda elde edilen verilere göre yöneticilerin sürdürülebilir turizm hakkında bilgi ve olumlu düşüncelere sahip olduğu, özellikle ekonomik fayda daha ön planda yer alırken, uzun dönemli planlama konusunda Erzincan’da bir takım eksiklikler olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bilgilere göre otel işletme yöneticileri ile seyahat acentası yöneticilerinin işletme türüne göre sürdürülebilir turizme bakış açıları arasında bir farklılığın olduğu, turizm eğitimi almanın sürdürülebilir turizme bakış açısında bir farklılık oluşturmadığı ve cinsiyet durumunun sürdürülebilir turizme bakış açısında bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma kapsamında yer alan otel işletmeleri ile seyahat acentaları ile birlikte araştırma kapsamında yer almayan diğer turizm işletmeleriyle, kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, turizme girdi sağlayan kişi ve kurumlar ve yerel halkında dahil edileceği bir araştırma yapılabilir.

KAYNAKÇA

- AKOĞLAN KOZAK, Meryem ve A. Sadık BAHÇE; (2009), **Özel İlgi Turizmi**, Detay Yayıncılık Ankara, 94s.
- AKŞİT, Selahattin; (2007), “Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm”, **Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 23 Yıl: 2007/2, ss. 441-460.
- ALTANLAR, Aslı ve Güniz Akıncı Kesim; (2011), “Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Yöre Halkı ve Yerli Turistlerin Davranış ve Beklentilerini Anlamaya Yönelik Bir Araştırma; Akçakoca Örneği”, **Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 2, Aralık, ss. 1-20.
- ALTINTAŞ, Volkan; (2010), Turizm Gelişiminin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkileri: Alanya Bölge Modeli, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, Antalya.
- BUHALİS, Dimitrios ve J. Fletcher; (1995), Environmental Impacts on Tourist Destinations: An Economic Analysis, iç. Coccossis, H. ve Nijkamp, P (Editör), **Sustainable Tourism Development**, Hampshire:Avebury Ashgate Publishing, ss. 3-24, RONEY, Sevgin Akış (2011). **Turizm Bir Sistemin Analizi**, Detay Yayıncılık, Ankara, 130s.

- CAN, Emel; (2013), “Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi”, **İstanbul Journal of Social Sciences**, Summer: 4, ss. 23-40.
- CAN, Müzeyyen Diler; (2008), Sürdürülebilir Turizm ve Turizm Çeşitliliği Kapsamında Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgeleri: Mersin-Tarsus Örneği, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi, Ankara.
- DAY, Jonathon; (2012), “Challenges of Sustainable Tourism”, **Journal of Tourism Research & Hospitality**, Editorial A Scitechnol Journal, Volume 1, Issue 2, 1000e108, ss. 1-2.
- GARROD, Brian ve Alan Fyall; (1998), “Beyond The Rhetoric Of Sustainable”, **Tourism Management**, Vol. 19, No. 3, Elsevier Science Ltd, Great Britain, ss.199-212.
- GEGEZ, A. Ercan; (2010), **Pazarlama Araştırmaları**, 3. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul, 291s.
- GÜNDÜZ, Fuat; (2004), “Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği”, **Planlama**, 2004/1, ss. 58-66.
- KAHRAMAN, Nüzhet ve Oğuz Türkay; (2012), **Turizm ve Çevre**, 5. Baskı, Detay Yayıncılık, 112s, 149s., 184s., 185s.
- KLINER, Paul; (1994), **An Easy Guide To Factor Analysis**, Routledge, New York.
- SARIİŞİK, Mehmet, Orhan Akova ve Mehmet Çontu; (2006), “Otel Yöneticilerinin Etik Politika ve Yöntemlere Yaklaşımları Üzerine Ampirik Bir Araştırma Üzerine Ampirik Bir Araştırma”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt 17, Sayı 1, Bahar 2006, ss. 22-34.
- SIRAKAYA-TÜRK, Ercan; Yüksel Ekinci ve Alp Giray Kaya; (2008), “An Examination of The Validity of SUS-TAS in Cross-Cultures”, **Journal of Travel Research**, May 2008, ss. 414-421.
- ERZİNCAN BELEDİYESİ, <http://www.erzincan.bel.tr/icerik/73/konaklama.html>, Erişim Tarihi: 02.02.2015
- TABACHNICK, Barbara G. ve Linda S. Fidell; (2001), **Using Multivariate Statistics**, Fourth Edition, Boston: Ally And Bacon, 613s.
- TAŞKIRAN, Erkan; (2006), “Otel İşletmelerinde Çalışan Yöneticilerin Liderlik Yönelimleri: İstanbul’daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, Cilt 17, Sayı 2, Güz 2006, ss. 169-183.
- TEKİN, Ömer Akgün ve Rüya Ehtiyar, (2010); Yönetimde Karar Verme: Batı Antalya Bölgesindeki Beş Yıldızlı Otellerde Çalışan Farklı Departman Yöneticilerinin Karar Verme Stilleri Üzerine Bir Araştırma, **Journal of Yasar University**, 2010, 20(5), 3394-3414.
- TÜRKİYE SEYAHAT ACENTALARI BİRLİĞİ, <http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama?search=1>, Erişim Tarihi: 04.02.2015
- UNEP ve UNWTO; (2005), Making Tourism More Sustainable A Guide For Policy Markers, <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>, Erişim tarihi. 07.08.2015.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA ALTERNATİF KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN KULLANILMASI: YAYLA EVLERİ ÖRNEĞİ

İsmail KIZILIRMAK¹

İbrahim ÇİFÇİ²

Fazıl KAYA³

ÖZ

Turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği doğal bölgelerde turist sayısındaki artışlar ve buna bağlı olarak hizmet sunan turizm işletmelerinin sayıca artışları, bölge üzerinde uzun dönemde yıkım, tahribat ve çevre sorunlarına yol açmaktadır. Söz konusu bölgelerde artan seyahatlerin ortaya çıkarmış olduğu konaklama ve diğer ihtiyaçların karşılanmasına yönelik çevresel değerler ile uyumlu, yöredeki kültürel yapıyı bozmayan ve ekonomik gelişimi sağlayan turizm işletmeleri önem arz etmektedir. Araştırma kapsamında ele alınan Doğu Karadeniz Bölgesi, son yıllarda yayla turizmi açısından oldukça talep almaktadır. Bu bölgede gelişen yayla turizmine uygun konaklama ve diğer hizmet alanları doğal çevre açısından önemlidir. Araştırmada, alternatif konaklama tesislerinden biri olabilecek yayla evlerinin turizm amaçlı kullanılabilirliği üzerinde durulmuştur. Bu kapsamda, yayla turizmi ve yayla evleri üzerine yapılmış çalışmalar, akademik araştırmalar, ilgili kanun ve mevzuatlar ışığında bir değerlendirmeye gidilmiştir. Araştırma sonucunda, yaylaların zamanla işlevini kaybettiği, hayvancılık ve tarımdan turizm hareketlerine doğru bir eğilim gösterdiği anlaşılmıştır. Bölgede gelişen turizm hareketlerine bağlı olarak birçok yaylada çevreyle uyumsuz ve estetik açıdan uygunsuz yapılar olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Doğu Karadeniz Bölgesi, Konaklama İşletmesi, Yayla Evleri.

USAGE OF ALTERNATIVE LODGING BUSINESSES IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE TOURISM: THE CASE OF MOUNTAIN HOUSES

ABSTRACT

The growing number of tourists in natural sites and the consequent increasing number of tourism businesses are among the potential factors that lead to natural hazard and destruction. With the increasing tourism movement in natural sites, lodging businesses that operate in harmony with the environmental values, avoid ruining cultural structure and contribute to the economic development play a considerable role. In this paper, some light is shed on the black sea region, which, in the last years, is gaining importance with regard to mountain houses. This kind of lodging businesses is disused as one of the possible alternative lodging facilities that can contribute to the tourism sustainability. In this context, the literature and local legislation concerning tableland tourism and mountain houses were briefly discussed. The findings suggested that the functions of mountain houses are disappearing and that breeding and farming are being replaced by tourism-related activities. The results also provided evidence of negative environmental impacts brought in the area due to the tourism development.

Keywords: Sustainable tourism, Black sea region, Lodging businesses, Mountain houses.

DOI: 10.17823/gusb.251

¹ Prof.Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, ikizilirmak@istanbul.edu.tr

² Arş.Gör., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, ibrahim.cifci@outlook.com

³ Arş.Gör., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, fazil.kaya@istanbul.edu.tr

GİRİŞ

Eski çağlardan günümüze kadar dağlar ve dağlık alanlar, toplumların merak ve ilham kaynağı olmuştur. Kültürel zenginliğe sahip milletler için dağlar; müziğin, şiirlerin, hikâye ve destanların ilham kaynağı ve yaşamın bir parçası konumundadır. Bu alanlara ulaşılmasının uzak ve zor olması, bireyler üzerinde cazibe ve çekicilik yaratmıştır. Bugün ise, modern ulaşım araçlarının sağlamış olduğu kolaylıklar, şehirleşmenin ve nüfus yoğunluğunun ortaya çıkardığı baskılar ve turizm endüstrisinin hızla gelişim göstermesinin etkisiyle, doğa ile iç içe bulunan bu bölgelere olan ilgi, artarak devam etmektedir.

Dağlar ve dağlık alanlar, doğal güzellikleri, insan sağlığı üzerindeki olumlu etkileri, bu bölgelerde geçmişten günümüze kadar gelen ve yaşatılan kültürel değerleri ve gündelik yaşamı, eşsiz manzaraları ve peyzajı, temiz hava ve yaban hayatı ile sunmuş olduğu eğlence fırsatları ile yeniden gündeme gelmiş ve bu alanlara yapılan turizm amaçlı seyahatlerde artmaya başlamıştır (UNEP, 2007).

Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) (2005) verilerine göre, küresel turizm gelirinin %15-20'si, 70-90 milyar US doları, yıllık olarak bu alanlarda gerçekleştirilen turizm aktivitelerinden elde edilmektedir. Bütün bu pozitif ekonomik etkilerine rağmen, turizm sektörünün gelişmesiyle ortaya çıkan hareketlilik, destinasyonların ekolojik yapısına, yerel halkın kültürüne ve destinasyonun tarihi dokusunda tahribatlar yaşanmasına neden olabilmektedir (Mountain Agenda, 1999). Doğal alanlarda gelişim gösteren turizm endüstrisinin sürdürülebilir olması, destinasyonda meydana gelebilecek tahribatları önlemek için son derece önem taşımaktadır. Söz konusu yörelerde gerçekleştirilecek tüm turizm faaliyetlerinin planlanmasında, taşıma kapasitesinin belirlenmesinde ve turistlere yönelik konaklama, yeme-içme ve ulaşım hizmetlerinin gerçekleştirilmesinde de doğal dengenin ve çevresel değerlerin bozulmamasına özen gösterilmesi gerekmektedir. Bu nedenle, artış gösteren seyahatlerin ortaya çıkarmış olduğu konaklama ve diğer ihtiyaçların karşılanmasına yönelik çevresel değerler ile uyumlu ve yöredeki kültürel yapıyı bozmadan ekonomik gelişimi sağlayacak işletme türlerinin kurulmasına yönelik çabaların sürdürülmesi gerekmektedir (UNEP, 2014)

Bu çalışmada, Doğu Karadeniz Bölgesi yayla evlerinin doğal ve kültürel açıdan sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde, alternatif birer konaklama işletmesi olarak faaliyet göstermesinin doğal denge ve çevre üzerinde yaratabileceği önemin ortaya konulması amaçlanmıştır. Dolayısıyla alternatif konaklama tesislerinden biri olabilecek "Yayla Evleri'nin turizm amaçlı kullanılabilirliği üzerinde durulmaktadır.

I. LİTERATÜR

Yayla turizmi, trekking, dağcılık, rafting, kayak, bungee jumping, kültür ve inanç turizmi gibi birçok turizm aktivitesini yapısında barındırması nedeniyle diğer alternatif turizm türlerine oranla daha geniş bir yelpazeye sahip olduğu söylenebilir. Nitekim dağlık alanlarda turizmin gelişimi ile beraber

bu bölgelerde yaşayan yerel halkın yaşam standartlarında birçok artışın meydana geldiği görülmüştür (Kruk, 2011). Turizmin ekonomik etkisinin yanı sıra, sosyo-kültürel hayattaki etkisi bölgelerin sağlık, eğitim, ulaşım ve vatandaşlık kavramı gibi bazı özelliklerinin kalkınmasında ve iyileştirilmesinde önemli pozitif etkilere sahiptir. Örneğin, Alp Dağlarına sınırları bulunan ülkeler 19. yüzyılın başında turizm sayesinde bazı turistik işletme yatırımları yaparak bölgesel anlamda yoksulluğu azaltmış ve kırsal alanların yerleşim merkezlerine dönüşümünü hızlandırmışlardır (Keller, 2014).

Bu bağlamda, turizmin gerçekleştiği bölgelerde olumlu ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerinin bulunmasının yanı sıra bölge üzerinde çevresel olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bölgede bulunan endemik bitki türlerinin yurt dışına kaçırılması, ses ve gürültüden kaynaklı yaban hayatın rahatsız edilmesi, çöplerin yığılması ve trafik yoğunluğundan kaynaklı gürültü gibi durumlar turizmin birincil olumsuz etkilerine örnek verilebilir. Bunun yanı sıra turizmin çevre üzerindeki ikincil ve daha uzun dönemde büyük zararlara neden olabilecek önemli etkiler taşıyan alt ve üst yapı gelişimleri, konaklama kapasitesinin uygunsuzca artış göstermesi, su kaynaklarının kirlenmesi ve ziyaretçi sayısındaki kontrolsüz artışlar, doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri artırmaktadır. Turizmin doğa üzerindeki ikincil olarak nitelendirilen olumsuz etkileri maalesef zamanında fark edilememektedir. Bu nedenle, destinasyona ziyaretler gerçekleştiren turistler, bu olumsuz etkilerin farkına varamamakta ve bölgenin korunması ile ilgili herhangi bir sorumluluk çerçevesinde hareket etmemektedirler (Stursa, 2002).

Doğal çevrede, turizm nedeniyle meydana gelebilecek nüfus artışı, hava ve ses kirliliği, katı atık ve çöp sorunu, arazi üzerindeki tahribatlar ve ekosisteme verilen zararların önüne geçilebilmesi gibi unsurlar sürdürülebilir turizm konusunu öne çıkarmaktadır. Ayrıca çevreyi etkileyen diğer önemli bir unsur ise, bölgenin doğal güzelliğine entegrasyonu yapılamayan inşaat yatırımlarının estetiğindeki bozukluklardır (Calaretu, 2011).

Dağlık alanlarda hızla gerçekleştirilen bu yatırımların, doğaya yönelik olmaması ve sürdürülebilir turizm kapsamında gerçekleştirilmemesi turizmin geleceği açısından tehlike arz etmektedir (Veith, 2011: 39). Dünyanın önemli dağlık turistik destinasyonlarından biri olarak kabul edilen Nepal’de, 1600 katılımcı ile gerçekleştirilen bir araştırmada, ziyaretçilerin neredeyse yarısının, bölgeyi dağlık alanların oluşturmuş olduğu eşsiz manzaralar nedeniyle ziyaret ettiklerini belirtmiştir (Marg, 1997). Dolayısıyla dağlık alanların sahip olduğu eşsiz manzaraların yok edilmesi halinde, turist talebinde olumsuz bir sonuç yaratacağı söylenebilir.

Schorner (2011) İsviçre’de sürdürülebilir turizm üzerine yapmış olduğu araştırmasında, toplumsal kalkınma projeleri açısından federal hükümetlerin sıkı imar yasaları çıkarması gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca, büyük tur operatörlerinin kitle turizmine katılım gösteren ziyaretçi profilinin aksine, münferit özellikler gösteren turistleri alternatif konaklama işletmeleri tedarikçileri ile buluşturmasının, çevre standartlarının gelişimine katkı sağlayacağını belirtmiştir. İsviçre’de “holiday apartments and guest rooms” olarak nitelendiren 18,027 adet konaklama kapasitesine sahip yapının

bulunması bu duruma örnek verilebilir (Swiss Federal Statistical Office (SFSO), 2013). Bunun yanı sıra Nepal’de Annapurna Bölgesinin korunması ile ilgili yasalar, münferit turistlerin bölgede bulunan yerel halkın konaklamakta olduğu dağ evlerinde gecemeleri için bazı düzenlemeler gerçekleştirilmiştir. Gecede maksimum 15 turiste hizmet verebilecek düzeyde bulunan bu geleneksel dağ evlerinin konaklama işletmesi şeklinde yasaların sağlamış olduğu kolaylıklar ile düzenlenmiş olması, bölgenin korunması açısından büyük yarar sağlamıştır. Yine aynı yasal düzenlemeler bölgeye tur düzenleyen seyahat acentelerine turist sayısı açısından sınırlamalar getirerek bölgenin taşıma kapasitesini korumaya yönelik önemli atılımlar gerçekleştirmiştir (The Mountain Institute, 1998). Doğal bölgelerin taşıma kapasitesine uygun yapıların inşası ve turist talebinin belli çerçevede sınırlandırılması, dağlık alanların hem ekolojik yapısının korunacağı hem de bölgeye olan talebin daha uzun bir döneme yayılacağı söylenebilir.

Dağ turizminin hızla gelişmekte olduğu Romanya’da Parâng Bölgesinde yapılan bir araştırmaya göre ise, 90’lı yıllardan sonra bölge halkı turizme katılım göstererek geleneksel dağ evlerini turistlere açmış ve bunun sonucu olarak vergi ve belirli yasal düzenlemelere tabi olmadan doğrudan gelir elde etme imkânına sahip olmuşlardır. Romanya’da 90’lı yıllarda artış gösteren bu alternatif konaklama türü sayısı günümüze değin artış göstererek Parâng bölgesinde en çok tercih edilen konaklama türü haline gelmiştir. 2010 yılı verilerine göre bu tarz alternatif konaklama üniteleri bölgeye 2,377 yatak kapasitesi sağlayarak bölge turizmine katkı sağlamıştır (Innocenti vd., 2012).

Türkiye’ye sınırı olan Bulgaristan’daki Istranca bölgesinde ise, gelişim gösteren doğa turizmi sayesinde bölge halkı kendi kültürlerini ve evlerini turizme açarak turizm hareketlerinden gelir elde etmişlerdir. Bölge turizmine %65 oranında konaklama işletmesi olarak tedarik sağlayan yapılar genelde bölgenin doğal güzelliğine entegre bir biçimde geleneksel olarak yapısı dizayn edilmiş bulunan ağaç evler, misafirhaneler, pansiyonlar ve küçük butik aile otellerinden oluşmaktadır (Assenova, 2012).

Türkiye’de Somuncu vd.’nin (2012) Gümüşhane, Trabzon ve Giresun yayları üzerine yaptıkları araştırmada, yaylalara gelen ziyaretçilerin %93’ünün en az üç kez yaylaları ziyaret ettikleri, %75’nin ise, bölgede konaklama gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Yine aynı çalışmada, ziyaretçilerin turizm tesisleri hakkındaki fikirleri sorulduğunda, %77,5’inin turizm tesislerinin yetersiz olduğunu, %82,6’sının ise, yayla evlerinin restore edilip turizme açılması konusunda görüş belirttikleri görülmüştür. Hane halkı ile yapılan görüşmelerde ise, yayla turizmi kapsamında gelişen turizm hareketine ev sahiplerinin % 78,9’unun olumlu baktıkları tespit edilmiştir (Somuncu vd., 2012). Yayla turizminin temel öngörüsü, doğal alanların ekolojik yapısının korunarak yerel halk ile entegre edilmiş bir turizm hareketinin gerçekleştirilmesidir. Dolayısıyla bu felsefe üzerinde kurulmuş bir yayla turizmi, bölgedeki yapılarının korunması, bölgede üretilen yiyeceklerin sunulması ve böylece yerel halkın ekonomisine doğrudan bir ekonomik kazanç yaratacağı ortadadır.

II. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın evrenini Doğu Karadeniz Bölgesi yaylaları oluşturmaktadır. Doğu Karadeniz Bölgesi yaylaları, Doğu Karadeniz Bölgesel Gelişme Planı, TÜİK ve DPT gibi kurumların ele aldığı sınırlar içerisinde kabul edilmiştir. Doğu Karadeniz Bölgesi sınırları; Ordu, Giresun, Trabzon, Rize, Gümüşhane, Artvin ve Bayburt illerini kapsamaktadır (Doğanay ve Coşkun, 2013).

Bu araştırma betimsel bir çalışma olup, yayla turizmi ve Doğu Karadeniz Bölgesi hakkında yapılmış araştırmalar, akademik çalışmalar, ilgili kanun ve mevzuatlar, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sunulan raporlar, online veriler vb. gibi ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak yayla evlerinin kullanılması üzerine bir değerlendirilmeye gidilmiştir.

III. DOĞU KARADENİZ BÖLGESİNDE ALTERNATİF KONAKLAMA İŞLETMELERİ OLARAK YAYLA EVLERİ

Anadolu ve Mezopotamya'da yaşayan insanların dağlık alanlarla ilişkisi çok uzun bir tarihe dayanmaktadır. Selçuklular, Anadolu Selçuklular, Osmanlı ve birçok beyliğe ait yazılı metinlerde yayla, yayla evi ve yaylag gibi birçok kelimenin geçtiği görülmüştür (Alagöz, 1993). Türkiye'nin yüksek bölgelerinde geniş bir alana sahip olan yaylalar, genellikle kırsal nüfusun hayvancılık ve tarım amaçlı çıktıkları geçici yerleşmelerdir (Köse, 1997). Tunçdilek (1964) yayla kavramını "Yılın belirli bir süresi içinde hayvan otlatmak, ziraat yapmak ve geçimin sağlanmasında menfaat temin eden her türlü işte çalışmak, hatta dinlenmek için çıkılan veya gidilen, köyün hayat sahasının dışında kalan, çok defa köyün müşterek mülkü olan, köyden ayrı ve çok zaman pek uzak olmakla beraber sosyo-ekonomik bağlarla tamamen köye bağlı bir mahal veya köyün esas geçim sahasına ekli ikinci bir bölüm" şeklinde tanımlamaktadır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere yaylaların sosyal ve ekonomik bir etkinlik alanı olduğu söylenebilir.

Yaylalar, orman doğal üst sınırı üzerinde 2000-2300 ve 2500-2700 metre basamakları içerisinde olup, göçebe, yarı göçebe ve yerleşik köylülerin yaşamsal alanıdır. Yaylalarda hayvancılık ve tarımsal faaliyetler öne çıkmaktadır (Alagöz, 1993). Yaylalardaki mimari ve geleneksel yaşam tarzı başta olmak üzere kültürel konularda sahip olduğu benzersizlikler nedeniyle kendine has bir bölge konumundadır. Yaylalar, temiz havası ve doğal yaşam ortamı nedeniyle yaz mevsiminde oldukça yoğun bir talep almaktadır. Genellikle Nisan-Mayıs ayları itibarıyla başlayan bu hareketlilik, 3-4 ay gibi bir süreden sonra tekrar asli yerleşme bölgelerine geri dönülmesi şeklinde gerçekleşmektedir (Doğanay ve Coşkun, 2013).

Yaylalarda hayvancılık faaliyetlerinin yapılmasının yanı sıra yerel halkın ekonomik durumlarına katkı sağlayan faaliyetler de gerçekleşmektedir. Bu bölgelerde, ekonomik anlamda hayvansal ürünlerin üretimine yönelik süt, yağ ve peynir üretimi yoğun olarak yapılmaktadır. Ayrıca yaylacılık geleneğinin yüzyıllardan günümüze taşınan kültürel özellikleri de bulunmaktadır. Bu amaçla yılın belirli günlerinde yaylarda düzenlenen yayla şenlikleri akla ilk gelenlerden biridir. Ancak

turizm talebinde meydana gelen gelişmelere bağlı olarak çevresel değerlerin ön plana çıkması ve tüketici tercihlerinde yaşanan değişimler doğa temelli turizm türlerinin ortaya çıkışını hızlandırmıştır. Turizm sektöründe yaşanan bu değişimler, yaylaların işlevlerinde de bazı farklılıkların meydana gelmesine yol açmıştır. Tarihsel dönem içinde yaylalarda meydana gelen yapısal değişimler aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: Yaylaların İşlevlerindeki Değişimler

Dönemler	Yaylalardaki Değişimin Temel Nedenleri
1950 ve öncesi	Geleneksel yayla faaliyetleri; yaylaların temel işlevi hayvancılıktır.
1950-1980	Kırdan kente göçün başlangıcı ve gelişmesi; yaylalara göç eden nüfusun göreceli olarak azalması ve bazı yaylaların terk edilmeye başlandığı dönemdir.
1980-1990	Yaylalardaki rekreasyon ve turizm aktivitelerinin gelişimi; yaylalara geri dönüşün başlangıcıdır.
1990 ve sonrası	Rekreasyonel aktivelere ve turizm yatırımlarında artış ve yaylaların işlevinin önemli ölçüde değişmesi

Kaynak: Doğaner, (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası, İstanbul: Çantay Kitapevi.

Tablo 1’de görüldüğü üzere, 1950 ve öncesinde köylerde yaşayan insanların ilkbaharın ortasında hayvanları ile yaylalara çıkararak sonbahara kadar orada kaldıkları bir dönemdir. 1950-1980 yıllarını kapsayan dönemde kırdan kente yoğun bir göçün olduğu ve yaylaların boşaldığı bir dönemdir. 1980-1990 döneminde turizm, gelişim gösterdiği ve buna bağlı olarak konaklama ve pansiyonların inşa edildiği bir dönemdir. Bu süreçte özellikle yaylalara alt yapı, elektrik, telefon ve sağlık hizmetleri gibi birçok hizmet sağlanmıştır. 1990 ve sonrasında ise gelişen turizm hareketlerine bağlı olarak, turizm yatırımlarında hızlı bir artışın olduğu ve özellikle yaylaların işlevinin giderek değiştiği bir dönemdir (Doğaner, 2001). Yaylalar bir dönem sadece tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin gerçekleştiği bir alan iken, zamanla rekreasyon ve turizm aktivitelerinin de gerçekleştiği alanlar haline gelmiştir.

Doğanay ve Coşkun (2013) ise, gelişen yayla turizmine bağlı olarak; (I) yaylacılığın önemli bir işlevsel değişim geçirdiğini, (II) turizm amaçlı çok sayıda yaylanın kullanıldığını ve (III) yayla yerleşmelerinde bulunan konutların genellikle bölgesel özellikler taşıdığını belirtmiştir.

Yayla turizminde gelişmelere bağlı olarak, arazi ve alanlar üzerinde çevresel değişimler meydana gelmektedir. Bu durum başta ekolojik, sosyal ve kültürel olmak üzere bir çok önemli sorunu da beraberinde getirmektedir (Kızılrnak, 2006). Bu faktörlere ek olarak son yıllarda, yayla evlerinde

yani meskenlerde işlevsel dönüşüm sürecine bağlı olarak farklılaşmalar ve değişimler meydana gelmiştir. Turizm ve rekreasyonel faaliyetlerden dolayı geleneksel yaylacılığın hâkim olduğu destinasyonlarda bulunan basit tarzdaki yayla evleri, önemini yitirmiş ve yerini modern kentsel yapılara bırakmak zorunda kalmıştır (Bekdemir ve Özdemir, 2002).

Türkiye’de birçok bölgede yayla alanları bulunmaktadır. Akdeniz Bölgesi ve Doğu Karadeniz Bölgesi yayla turizmi açısından öne çıkan bölgelerdir. Doğu Karadeniz Bölgesinde, artan turizm ve rekreasyonel faaliyetlerden dolayı Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde 1990 yılında başlayan “Yayla Turizm Projesi” ve sonrasında 1992 yılında “Doğu Karadeniz Turizmi” ile ilgili bir çalıştay düzenlemiştir. Bu çalıştayda, yayla ve dağ turizmi öne çıkan konu başlıklarıdır. Bu projelerin temel amacı, koruma kullanma döngüsü içinde, yaylaların doğal çekiciliklerinin değerlendirilmesini hedeflemektir (Kızılırmak, 2006). Doğu Karadeniz Bölgesi yaylacılık faaliyetlerinde bir azalma yaşanmasına rağmen günümüzde halen geleneksel yaylacılık faaliyetlerinin devam etmesi nedeniyle yaylacılık turizmi açısından oldukça önemli bir destinasyondur.

Bu destinasyonlarda yayla turizminin gelişimine bağlı olarak geleneksel tarzda, tek katlı ahşap-taş karışımı yapılan yayla evleri yerine 4-5 katlı betonarme konutların yapıldığı, yaylalara ulaşılabilecek yeni yolların açıldığı, turizme hizmet sunacak birçok işletmenin faaliyete geçtiği ve yasal olmadığı halde ikinci konutların yapıldığı görülmektedir. Bu duruma bağlı olarak yaylalarda düzensiz bir yapılaşmanın ve betonlaşmanın meydana geldiği söylenebilir. Doğu Karadeniz Bölgesinde, Ayder Yaylası gibi destinasyonlarda yapılan yaylacılık ve yaylalardaki turizm/rekreasyon faaliyetlerinin sürdürülebilir olmadığı söylenebilir (Atasoy vd., 2009).

4342 sayılı Mera Kanununa göre devletin kontrolünde bulunan bu bölgelerde, köylülerin geçici olarak barınaklar yapmasına izin verdiği ancak 1980 yılı itibarıyla kentsel formda çok katlı yapıların hızla artış gösterdiği tespit edilmiştir. 1990’lar ve sonrasında ise, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından gelişen bu duruma bağlı olarak birçok yayla bölgesi “Turizm Merkezi” olarak ilan edilmiştir (Somuncu vd., 2012).

Mera Kanununun 20. maddesinde “yaylak ve kışlaklarda, 4342 sayılı Köy Kanununda öngörülen inşaatlar ile valiliklerden izin alınmak suretiyle imar mevzuatına göre yapılacak kullanma amacına uygun mandıra, suluk, sundurma ve süreklilik göstermeyen barınak ve ağullar ile Turizm Bakanlığının talebi üzerine turizme açılması uygun görülen bölgelerde ahşap yapılar dışında ev, ahır ve benzeri inşaatlar yapılamaz” hükmü gereği, yayla ve meralarda gelişigüzel yapılaşmaya izin verilmemektedir (Mevzuatı Geliştirme ve Yayın Genel Müdürlüğü, 1998)”. Somuncu vd. (2012) Gümüşhane, Trabzon ve Giresun’da 30 yayladaki yerleşim sayısının 1973 yılı itibarıyla 5.380 olan yapı sayısının, 2004 yılı itibarıyla %152,6 artışla 8.210 sayısına ulaştığını belirtmiştir. Rize Ayder yaylası üzerine yapılan bir araştırmada ise, 1973-2008 yılları arasında yayla evi yapı sayısında %65 gibi bir artışın olduğu belirtilmiştir. Eski yerleşim yerlerinin doğa dokusuna uygun yapıldığı, yeni yapılan evlerin ise büyük oranda betonarme ve geleneksel yapı karakterinden uzaklaşarak inşa edildiği ifade edilmiştir (Atasoy

vd., 2009). Bekdemir ve Özdemir (2002) Giresun Bektaş yaylası üzerine yaptıkları araştırmada, yayla merkezinde inşa edilen modern tarz binaların, yaylaların en çekici unsurlarından biri olan sivil mimari örneklerinin yok olmasına neden olduğunu ifade etmişlerdir.

Yaylalarda geleneksel mimarinin değişmekte olması, kültürel sorunların fiziksel boyutunu oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra yaylalar, artan rekreasyon ve turizm talebi nedeniyle turizm merkezlerine dönüşmekte, giderek daha fazla ticarileşmekte ve "yayla kültürü" olarak nitelendirilebilecek geleneksel kültürden uzaklaşmaktadır (Akyol, 2012). Eko turizm kapsamına alınan yaylaların, sürdürülebilirlikten uzak, plansız ve gelişmiş güzel müdahalelerle çarpık bir yapılaşması da söz konusudur (Atasoy vd., 2009). Ancak, yerel motiflerin devamı niteliğinde olabilecek ve bölge halkı tarafından işletilebilecek olan yayla evleri, kendine has ve özgün yapılar şeklindedir (Akyol, 2012). Modern konaklama işletmelerinin aksine, yayla destinasyonlarının geleneksel ve kültürel özelliklerini yansıtan yayla evleri, turistler açısından ilgi ve merak uyandırıcı eşsiz yapılar şeklindedir. Yayla turizmine katılanların "gaz lambası ışığında akşam yemeği ve gece açık havada meydan ateşi çevresinde oturup yaptıkları sohbetler... sabah horoz sesiyle uyanarak, yeni günle başlayan canlılığı gözlemlemek... bahçeden taze sebze toplamak, yemek hazırlamak ve ahşap köy evlerinde konaklamak ..." gibi aktiviteler ve deneyimlerin yansısı, ziyaretçilere unutulmaz otantik bir yayla evi deneyimi de sunabilmektedir (Kızılrnak, 2006).

Türkiye Turizm Stratejisi-2023 ile birlikte Karadeniz Bölgesi'nde yayla, kıyı, kültür ve sağlık turizmi ana temaları çerçevesinde yeni bir turizm gelişim senaryosu çizilmiştir. Bu senaryoda, turizmin gelişiminin sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklenerek, tüm bölgenin sürdürülebilirlik perspektifi içinde yeniden ele alınmasına ve ayrıca turizm nedeniyle meydana gelebilecek altyapı ve çevre sorunlarının giderilmesi gerektiği belirtilmiştir. Yayla koridoru kapsamında, yerel ve yöresel mimari değerlerin korunarak turizm hizmeti sunabilecek sıra dışı konaklama ünitelerinin desteklenmesi ve yöre halkına pansiyonculuk eğitimi verilmesi ön görülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizm çevresel kaynaklara bağımlı olmasına rağmen, geliştiği bölgelerde çevresel değişikliklere neden olabilmektedir. 1970 ve sonrasında doğa turizminin dünyada giderek yaygınlaştığı, doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılması anlayışının geliştiği söylenebilir. Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesi'nde ise, 1980 ve 1990'lı yıllardan başlayarak yüksek kesimlerde bulunan yaylalarda, turizm amaçlı faaliyetler gerçekleşmeye başlamıştır. Turizm talebindeki artışa bağlı olarak plansız, gelişmiş güzel konaklama ve diğer turizm işletmeleri yapılmıştır. 1998 yılında düzenlenen mera kanununa göre, yaylalarda ev ve diğer benzeri kullanım amaçlı inşaat yapmanın mümkün olmadığı açıkça belirtilmesine rağmen, birçok bina ve kaçak yapının yapıldığı söylenebilir.

Doğa temelli turizm türlerinin yapısında çevresel değerlerin korunması, taşıma kapasitesinin belirlenmesi-uyulması ve sürdürülebilirlik ilkeleri bulunmaktadır. Doğa turizm türü olan yayla turizminin de bu ilkelerden ayrı tutulması mümkün değildir. Bu nedenle ortaya çıkan kaçak yapılaşmaların önlenmesi ve turizm hareketlerinin ortaya çıkardığı konaklama ihtiyacının karşılanması için çevreyle uyumlu ve yerel ölçekli küçük kapasiteli konaklama tesislerinin oluşturulması gerekmektedir. Bu amaçla yapılacak olan yatırımların türü olarak İsviçre’de yapılmış olan ‘‘holiday apartments and guest rooms’’, Nepal’de Annapurna bölgesinde yerel halkın konaklamakta olduğu maksimum 15 turiste hizmet verebilecek geleneksel dağ evleri ile Romanya’da Parâng bölgesinde ve Bulgaristan’da Istranca bölgesindeki dağ evleri ve kırsal alanlarda yaşayanlara ait evlerin turizme açılmasının Türkiye’de teşvik edilmesi gerekir. Bu kapsamda yaylarda bulunan ve yerel halkın yılda en fazla 3-4 ay kullandığı evlerin yapılacak olan hijyenik ve sanitasyona yönelik düzenlemeler ile turistlere açılmasıdır. Böylece ister yayla evlerine sahip olan yöre halkının turistleri yanlarına kabul etmeleri veya evlerini kullanmadıkları dönemlerde kiralamaları şeklinde teşvikler yapılabilir. Yeni binalar ve konaklama tesisleri yaparak yaylaların yapılaşmasının önüne geçilebileceği gibi çevresel değerlerinde zarar görmesi önlenmiş olacaktır. Aynı zamanda bu çevresel zenginliği yaşamak isteyenlerinde beklentileri karşılanacak ve bu değerlerin sürdürülebilirlik kapsamında gelecek kuşaklara aktarılması mümkün olacaktır. Ancak yayla turizmi kapsamında mevcut yayla evlerinin turizme kazandırılması için yapılması gereken bir dizi çalışma da bulunmaktadır. Bu çalışmaları genel olarak sıralarsak;

- “Mera kanununun ve 4342 sayılı köy kanununda öngörülen yayla ve meralarda gelişigüzel yapılaşmaya izin verilmemeli” kuralına uyulmalıdır.
- Yaylada yaşayan halkın, turizm konusunda bilinçlendirilmesine ve özellikle de evlerine konuk kabul etmelerine yönelik eğitim çalışmaları yapılmalıdır.
- Yayladaki evini turizme açmak isteyenlere, temel düzeyde hijyen, sanitasyon, servis, konuk beklentileri ve yabancı dil ile ilgili kısa süreli kurslar verilmelidir.
- Yaylada yaşayanlara çevrenin önemi ve korunmasına yönelik bilgilendirmeler yapılmalıdır.
- Turistlerin, halkın yaşam ve kültürünü öğrenmek istedikleri düşüncesi anlatılarak sahip oldukları zenginliklerin ve kültürel değerlerin korunarak gelecek kuşaklara aktarmaları gerektiği anlatılmalıdır.
- Yayla evlerinde ufak düzenlemeler ile konuk kabul edebilmeleri için yapılacak olan harcamaların karşılanması için düşük faizli kredilerin verilmesi yararlı olacaktır.

Sonuç olarak Doğu Karadeniz Bölgesi’nde gelişen turizmin hem bölge halkına fayda sağlaması hem de bölge üzerinde uzun dönemli sürdürülebilir turizm anlayışı içerisinde gelişiminin sağlanması için, bölgede çok uzun zamandır ev olarak kullanılan veya atıl durumdaki evlerin yapılacak olan küçük düzenlemeler ile konaklama alanı olarak turizm sektörüne açılması yararlı

olacaktır. Böylece yaylalarda ve eko sistem açısından hassas özellikteki alanların zarar görmesinin önüne geçilebileceği gibi, yörede yaşayanlarında ekonomik açıdan kalkınmaları sağlanmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- AKYOL, Ceyhun (2012),"Kırsal Turizmde Ev Pansiyonculuğu Modeli ve Karadeniz Örnekleme-İrtvin", **Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi**, 2(2), 79-83.
- ALAGÖZ, Cemal A. (1993),"Türkiye'de Yaylacılık Araştırmaları", **Türkiye Coğrafya Dergisi**, 1-68.
- ASSENOVA, Mariana (2012),"Problems of Sustainable Tourism Development in Strandzha Nature Park", **Journal of Environmental and Tourism Analyses**, 1(1), 43-63.
- ATASOY, M-Selçuk REİS -Cenap SANCAR (2009),"Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi ve Yayla Turizmi: Ayder Yaylası",**TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası 12. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı** 11 – 15 Mayıs 2009, Ankara.
- BEKDEMİR, Ünsal-Ünal. ÖZDEMİR (2002),"Doğu Karadeniz Bölümünde Gelişmekte Olan Yayla Turizm Merkezlerine Bir Örnek: Bektaş Yaylası", **Doğu Coğrafya Dergisi**, 7(7).
- CALARETU, VasileB. (2011),"The Impact of Tourism on Mountain Community Development",**Cactus Tourism Journal**, 2(1), 26-30.
- DOĞANAY, Hayati- Ogün COŞKUN (2013),"Türkiye Yaylacılığın Değişme Eğilimleri ve Başlıca Sonuçları",**Doğu Coğrafya Dergisi**, 1-28.
- DOĞANER, Suna (2001),**Türkiye Turizm Coğrafyası** , İstanbul : Çantay Kitapevi.
- FAO. (2005),**Mountain Tourism: Making it Work for the Poor. Rome: Food and Agriculture Organization of the United State.**
- INNOCENTİ, Piero-CristinaMERCİU-GeorgeL. MERCİU(2012),"Mountain Tourism – a Challenge for Sustainable Development",**Case Study: Parâng Resort. Economic Insights – Trends and Challenges**(1), 62-72.
- KELLER, Peter(2014),"Mountainlikers: New Trends of Mountain Tourism for the Summer Season", **8th World Congress on Snow and Mountain Tourism**,Andorra: Principality of Andorra.
- KIRSAL VE ORMANCILIK VE ÇEVRE SORUNLARI ARAŞTIRMA DERNEĞİ (2007), **Doğu Karadeniz Bölgesindeki Yüksek Dağ Ormanı Eko Sistemlerine Zarar Nedenleri ve Önlenmesi**, Ankara : Kırsal ve Ormancılık ve Çevre Sorunları Araştırma Derneği
- KIZILIRMAK, İsmail(2006),**Yayla Turizmi: Tanıtım Açısından Eko Turizm Türü Olan Yayal Turizminin İncelenmesi**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- KÖSE, Abdullah (1997),"Madra Dağı Kuzey Yamaçlarında Yaylacılık",**Doğu Coğrafya Dergisi**, 3(2).
- KRUK, Ester(2011),"Tourism and Sustainable Mountain Development in the Hindu Kush-Himalayas", E. Kruk, H. Kreutzmann,ve J. Richte (Dü.), **Integrated Tourism Concepts to**

-
- Contribute to Sustainable Mountain Development in Nepal** içinde (s. 15-29). Bonn: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.
- KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞI(2007),**Türkiye Turizm Stratejisi 2023**, Ankara : Kültür ve Turizm Bakanlığı .
- MARG (1997),**Report on Nepal Departing Visitor's Survey**, Kathmandu: Nepal's Tourism Industry and Nepal's Partnership for Quality Tourism Project.
- MEVZUATI GELİŞTİRME VE YAYIN GENEL MÜDÜRLÜĞÜ. (1998, 02 25),**Mera Kanunu**, 04 2015, 07 tarihinde Mevzuat Bilgi Sistemi: <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4342>.
- MOUNTAIN AGENDA (1999),"Mountains of the World: Tourism and Sustainable Mountain Development", (M. Price, T. Wachs, & E. Byers, Dü) 12 03, 2014 tarihinde **Mountain Forum**: http://www.cde.unibe.ch/CDE/pdf/Tourism_sustainable1999.
- SCHORNER, Benedikt(2011),"Sustainable Mountain Tourism Development"**Illustrated in the Case of Switzerland, SPNHA Review**, 6(1), 88-108.
- SOMUNCU, Mehmet- Nevin AKPINAR- Erdem KURUM- Nilay ÇABUK KAYA- Tanyel ÖZELÇİ ECERAL (2012),**Doğu Karadeniz Bölgesinde Yaların Çevresel Değişimi**, Ankara : Ankara Üniversitesi Yayınları.
- STURSA, Jan (2002),"Impact of Tourism Load on the Mountain Environment" (A Case Study of the Krkonose Mountains National Park - the Czech Republic). **Monitoring and Management of Visitors Flows in Recreational and Protected Areas Conference Proceedings**, (s. 364-370).
- SWISS FEDERAL STATISTICAL OFFICE (SFSO)(2013), "Swiss tourism in figures 2012: Structure and Industry", Data. 12 18, 2014 tarihinde **Schweizer Tourismus-Verband**: www.swisstourfed.ch adresinden alındı
- THE MOUNTAIN INSTITUTE (1998),"Community-Based Mountain Tourism:Practices for Linking Conservation with Enterprise", P. Godde (Dü.), **Synthesis of an Electronic Conference of the Mountain Forum** içinde (s. 27). Nepal: The Mountain Institute.
- TUNÇDİLEK, Nejdet (1964),"Türkiye'de Yaylalar ve Yaylacılık",**İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü Dergisi** , 15-28.
- UNEP(2007),"A Practical Guide to Managing the Environmental and Social Impacts of Mountain Tours", **Tourism and Mountains. United Nations Environment Programme**.
- UNEP The United Nations Environment Program (2014), **Tourism in Mountain Regions: Hopes, Fears and Realities**, (D. Hoffman, & M. Price, Dü) Geneva: the Department of Geography and Environment, University of Geneva.
- VEİTH, Claudia (2011), **Why Invest in Sustainable Mountain Development?** (J. Shaw, Dü.) **Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)**.

DOĞU KARADENİZ BÖLGESİNDEKİ OTEL MİSAFİRLERİNİN SEYAHAT E-YORUMLARINA YÖNELİK BİR İÇERİK ÇÖZÜMLEMESİ

İsmail KIZILIRMAK¹

Zaid ALRAWADIEH²

Sabina AGHAYEVA³

ÖZ

Günümüzde müşterilerin, seyahate ilişkin bilgi alma sürecinde seyahat web sitelerinde paylaşılan yorumlara başvurma eğilimleri gittikçe artmaktadır. Bu eğilimi göz önüne alarak bu çalışma Doğu Karadeniz Bölgesindeki otel işletmelerine yönelik yapılan e-yorumları incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın amaçlarına ulaşmak için yöntem olarak içerik çözümlemesi kullanılmıştır. TripAdvisor adlı seyahat sitesinde toplam 466 e-yorundan 155 tanesi incelenerek, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunan 5 ve 4 yıldızlı otellerde konaklama yapan misafirlerin memnuniyet durumlarına ilişkin durumu analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, otellerde konaklama yapan misafirlerin genel olarak olumlu deneyim yaşadıklarını göstermektedir. Yorumcuların sosyo-demografik profilleri itibarıyla, yorumların çoğunun yerli turistler, erkek ve yaklaşık bütün yaş grupları tarafından yapıldığı tespit edilmiştir. İncelenen yorumların sadece % 10,3'üne, oteller tarafından dönüş yapılmıştır. Sonuç olarak, bölgedeki konaklama işletmelerinin internet ortamında paylaşılan yorumları takip edip etkili ve hızlı dönüş yapması tavsiye edilmektedir.

Anahtar kelime: e-kulaktan kulağa, TripAdvisor, konaklama işletmeleri, Doğu Karadeniz Bölgesi.

CONTENT ANALYSIS OF ONLINE TRAVEL REVIEWS ON EASTERN BLACK SEA REGION'S HOTEL BUSINESSES

ABSTRACT

The tendency to refer to the online travel reviews during travel-related information search process is becoming increasingly evident. Taking this tendency into consideration, this paper aims at examining what hotel guests in 5 and 4 star hotels in the Turkish Eastern Black Sea Region are happy/unhappy with during their stay. A sample of 155 online travel reviews drawn from TripAdvisor were content analyzed. The results suggested that guests had generally a positive experience in their stay. The socio-demographic profile of reviewers showed that reviews were posted mostly by male local tourists from almost all age groups. Hotels operating in the Eastern Black Sea Region are recommended to monitor online travel reviews and provide efficient and prompt hotel management response for both positive and negative reviews.

Keywords: e-WOM, TripAdvisor, Hotel business, Eastern Black Sea Region

DOI: 10.17823/gusb.222

¹ Prof.Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, ikizilirmak@istanbul.edu.tr

² İstanbul Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği, Zaid_rawadieh@yahoo.com

³ İstanbul Üniversitesi, SBE, Turizm İşletmeciliği, Aghayevask@gmail.com

GİRİŞ

Müşterinin satış sonrasındaki davranışı, ağırlıklı olarak yaşanan satış deneyimine göre şekillenmektedir. Memnun müşteri, tekrar satın alma ve/veya başkasına satın alma önerisinde bulunabilirken (Baker ve Crompton 2000; Williams ve Soutar, 2009), deneyiminden memnun kalmayan müşteri ise, işletme müşterisi olmaktan vazgeçmekte, şikâyet etmekte ve/veya olumsuz deneyimini başkalarına bildirme eğiliminde bulunmaktadır (Singh, 1988; Richins, 1983). Tüketicinin başkasına ürün, hizmet veya işletme hakkında gayri resmi olarak bilgi aktarması kulaktan kulağa veya ağızdan ağıza (Word of mouth) iletişim olarak nitelendirilmektedir (Westbrook, 1987). Geçmiş yıllarda, memnun kalmayan müşterinin kötü deneyimini 10-20 kişiyle paylaşırken (Zemke, 1999), günümüzde iletişim amaçlı bilgi teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla etkilenebilecek kişilerin sayısı önemli oranda artmıştır. Son zamanlarda "Kullanıcının Geliştirdiği İçerik (KGI)" sitelerinin yaygınlaşması tüketicinin satış ile ilgili deneyimlerini başkaları ile paylaşmasını sağlamıştır. Bu tür fikir alış-verişi, sanal platformların ortaya çıkması ile beraber geleneksel kulaktan kulağa karşı e-kulaktan kulağa (e-WOM) ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Turizm hizmetlerinin soyut olması ve satın almadan önce deneme şansına sahip olunmamasından dolayı, müşterinin satın alma kararı sırasında daha önce satın alma deneyiminde bulunan tüketicilerin fikirlerine başvurması dikkat çekmektedir (Mazzarol vd., 2007). Diğer müşteriler tarafından paylaşılan bilgiler, işletmeler ve pazarlamacılar tarafından paylaşılan bilgilerden daha güvenilebilir olarak algılanıp daha etkili olarak kabul edilmektedir (Gretzel ve Yo, 2008; O'Connor, 2010).

Seyahate ilişkin bilgi arama sürecinde müşteriler, en çok nerede kalacağına karar vermek amacıyla paylaşılan yorumlara başvurmaktadır (Gretzel ve Yoo, 2008). Dolayısıyla, konaklama işletmeleri üzerinde yapılan değerlendirmelerin müşterinin satın alma kararı sürecinde son derece etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Teknolojik gelişmelerden dolayı ortaya çıkan hızlı ve kolay bilgi paylaşım, turizm işletmeleri için büyük fırsatlar yarattığı kadar gerçek tehditler yarattığı görülmektedir. Bu araştırma, İnternet ortamında paylaşılan seyahat yorumlarından faydalanarak, Türkiye'nin önemli turistik bölgelerinden biri olan Doğu Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin olumlu ve olumsuz yönlerini belirtmeyi amaçlamaktadır. Son zamanlarda, seyahat elektronik yorumları ele alınarak birçok çalışma yapılmıştır. Turizm potansiyeli güçlü olan ve turistik imajını geliştirmek için çaba gösteren Türkiye'de ilgili konu az çalışılmış konulardan bir tanesi olduğu görülmektedir. Bu araştırma, Türkiye'nin konaklama işletmeleri ele alınarak var olan literatüre katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

I. YAZIN TARAMASI

Seyahate ilişkin yorumların yapıldığı web sitelerinin yaygınlaşması araştırmacılara önemli veri seti sağlamıştır (Jeacle ve Carter, 2011). Daha önce yapılmış seyahat ile ilgili e-yorumlara

dayanan çalışmaların büyük bir bölümü e-şikâyet olarak algılanan olumsuz yorumları değerlendirmeye almıştır. Lee ve Hu (2004)'nün yapmış oldukları çalışmada, eComplaints.com üzerinde bildirilen 222 adet olumsuz yorum incelenerek e-şikâyetlerin çoğunun temel hizmet kusuru ile ilgili olduğu tespit edilmiştir. Benzer bir çalışmada, Sparks ve Browning (2010) TripAdvisor üzerinde paylaşılan olumsuz yorumların, otel işletmelerinin iç (odaların özellikleri ve müşteri hizmeti) ve dış (otelin konumu) faktörleri ile ilgili oldukları belirlenmiştir. Son zamanlarda yapılmış bir araştırmada, İstanbul'da faaliyet gösteren 5 yıldızlı oteller hakkında şikâyet bildirilen en yoğun konular hizmet kalitesinin düşük olması, tesislerin kalitesi ve temizliği, personel tutumu ve performansı ve fiyatların yüksek olması olarak belirlenmiştir (Alrawadieh ve Demirkol, 2015).

Misafirlerin kaldıkları otel işletmelerine ilişkin yaptığı yorumların konaklama işletmelerinin talebi üzerinde etki yarattığı ortaya çıkmıştır. Ye vd. (2009)'un yapmış oldukları çalışmaya göre, yorumcu yorumlarındaki % 10'luk bir iyileşmenin, satışları % 4.4'lük bir payla arttırabileceğini, yorumcuların yorumlarındaki varyansın (olumlu ile olumsuz) % 10'luk bir artışının ise satışları % 2.8 düşürebileceğini varsaymaktadır.

Farklı coğrafik ortamlarda yapılmış bazı çalışmalarda, paylaşılan yorumların sadece küçük bir bölümüne dönüş aldığı belirtilmiştir (Lee ve Hu, 2004; O'Connor, 2010). Dönüşün zamanı (Dinçer ve Alrawadieh, 2015), yapısı ve içeriği de ele alınmıştır (Zhang ve Vásquez, 2014; Alrawadieh ve Demirkol 2015). Zhang ve Vásquez (2014) olumsuz yorumlara yapılan dönüşlerin çoğunun, formüsel olduğunu ve ağırlıklı olarak teşekkür etme ve özür dileme ifadeleri içerdiği tespit etmişlerdir.

Literatüre bakıldığında, internet ortamında paylaşılan seyahat yorumlarının güvenilirliği de ele alınmıştır. Otel, kendi kendine olumlu sahte değerlendirmeler paylaşabilirken, rakip otellere zarar vermek amacıyla sahte olumsuz yorumları da paylaşabilmektedir (Dellarocas, 2003). TripAdvisor üzerinde yorum yapan müşterinin söz konusu otelde konaklama yapıp yapmadığını tespit edebilecek bir araç olmamasına rağmen, genel olarak bu seyahat sitesinde mevcut yorumlar güvenilir olarak kabul edilmektedir (O'Connor, 2008; Chua ve Banerjee, 2013).

Türkiye'de gerek turistik bölgelere gerekse de turizm işletmelerine yönelik seyahat edenler tarafından yapılan yorumlara, son yıllarda hem akademik hem de işletmeler açısından önem verilmeye başlanmıştır. Bu çalışmada, Türkiye'nin kültürel ve doğal kaynaklarıyla önemli turistik bölgelerinden biri olan Doğu Karadeniz Bölgesi ele alınıp, bu bölgede faaliyet gösteren 5 ve 4 yıldızlı oteller üzerinde yapılan e-yorumlar incelenmiştir.

II. ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Bu çalışma, Doğu Karadeniz Bölgesindeki otel işletmelerine yönelik yapılan e-yorumları incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın amaçlarına ulaşmak için, öncelikle Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunan bütün 5 ve 4 yıldızlı otellerin ele alınması düşünülmüştür. Mevcut istatistikler

esas alınarak ve Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunan bütün İl Kültür ve Turizm Müdürlükleriyle telefonla iletişime geçilerek otellerin sayısı belirlenmeye çalışılmıştır. Fakat tutarlı ve sağlam bilgi alınmadığı için, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 31 Ekim 2014 tarihi itibariyle yayınlanmış olan turizm işletme belgeli otellerin listesi baz alınmıştır. Doğu Karadeniz Bölgesi'nde turizm işletme belgeli 2 adet 5 yıldızlı ve 17 adet de 4 yıldızlı olmak üzere toplam 19 adet otel bulunmaktadır.

Bu çalışmanın araştırma yönteminde, kullanıcı sayısı (70 milyon kullanıcıdan fazla) ve mevcut yorum sayısı (200 milyon yorumdan fazla) nedeniyle en popüler seyahat sitesi (Tripadvisor, 2014)ve seyahate ilişkin bilgi içeren sitelerin arasında ön plana çıkan TripAdvisor'un (Xiang ve Gretzel, 2010) tercih edilmesi uygun görülmüştür. TripAdvisor sitesinde 4 Aralık 2014 tarihine kadar her bir otel ile ilgili paylaşılan yorumlardan en güncel 10 tane yorum değerlendirmeye alınmıştır. Ancak bu oteller içerisinde 7 adet otel, 10'dan daha az yorum almıştır. Dolayısıyla, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan turizm işletme belgeli 5 ve 4 yıldızlı oteller ile ilgili yapılan 466 adet yorumdan 155 tanesi değerlendirmeye alınmıştır.

Çalışmanın amaçlarına ulaşmak için yöntem olarak içerik çözümlemesi kullanılmıştır. İçerik çözümlemesi, yazılı veya sözlü iletişim mesajlarını analiz eden bir yöntemdir (Cole, 1988). Bu çalışma bir araştırma ekibi tarafından yürütüldüğü için, Charmaz (2006)'nin önermiş olduğu gibi, veriler öncelikle araştırmacılar tarafından bağımsız bir şekilde incelenmiş ve kodlandırılmıştır. Sonra elde edilen kodlamaların karşılaştırması yapılarak yeniden düzenlenmiştir. Bu aşamadan sonra, üzerinde anlaşmaya varılmış olan kodlama, deneyimli bir araştırmacı tarafından gözden geçirilmiş ve kesinleştirilmiştir. Bu süreç, objektif, dakik ve güvenilir bir kodlamanın üretilmesine olanak sağlamaktadır (Berg, 2001). İçerik çözümlemesi sonucunda, toplam 684 adet nitelik belirlenmiştir. Bu niteliklerin 464'ünün (% 67,8) olumlu ve 220'sinin ise (% 32,2) olumsuz olduğu bulunmuştur. Bahsi geçen nitelikler, olumlu 6 temel ve 17 alt kategori altında, olumsuz 9 temel ve 26 alt kategori altında toplanmaktadır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS programından yararlanılmış ve veriler, frekans dağılım tabloları kullanılarak yorumlanmıştır.

III. BULGULAR

A. Yorumcuların Sosyo-Demografik Özellikleri

Tablo 1'de görüldüğü gibi, yorumcuların % 40.6'ısı erkek oldukları tespit edilmiştir. 18-24 yaş arası grup hariç olmak üzere, yapılan yorumların hemen hemen eşit olarak diğer yaş grupları tarafından paylaşıldığı görülmektedir. Yorumların üçte ikisinin iç pazar, kalan kısmının ise dış pazar (özellikle Almanlar, İtalyanlar, Avustralyalılar ve Suudi Arabistanlılar) tarafından yazıldığı belirlenmiştir. Sıklıkla seyahate katılmaları ve daha fazla konaklama yapmaları nedeniyle, iş amacıyla seyahat yapanların daha deneyimli ve talepkar misafirler olduklarını varsaymak mümkündür. Bu çalışmada, yorumcuların 36'ısı iş seyahati yapanlardan oluştuğu görülmektedir.

Tablo 1: E-Yorumcuların Demografik Özellikleri

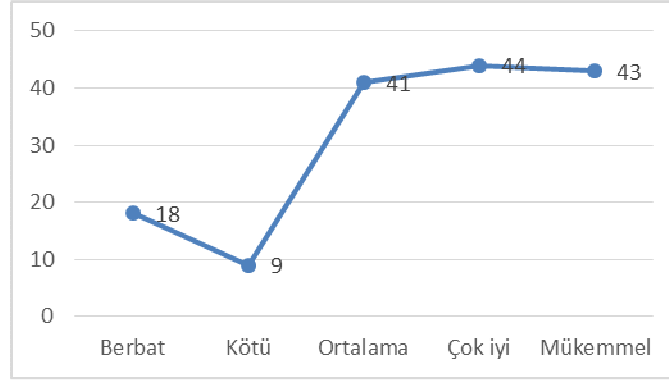
Cinsiyet	Sayı	Oran %
Erkek	63	40.6
Kadın	40	25.8
Belirtilmemiş	52	33.5
Toplam	155	100.0
Yaş		
18-24	1	0.6
25-34	28	18.1
35-49	23	14.8
50-64	21	13.5
Belirtilmemiş	82	52.9
Toplam	155	100.0
Pazar		
İç Pazar	96	61.9
Dış Pazar	49	31.6
Belirtilmemiştir	10	6.5
Toplam	155	100.0
Konaklama tipi		
İş seyahati	36	23.2
Çift olarak	32	20.6
Aile ile	29	18.7
Arkadaşlar ile	29	18.7
Yalnız	10	6.5
Belirtilmemiştir	19	12.3
Toplam	155	100.0

Yorumların çoğunun yerel turistler tarafından yapıldığı dikkate alındığında, yorumların %58'i Türkçe olarak paylaşılıp % 27,7'lik kısmının ise İngilizce olarak paylaşıldığı görülmüştür. Geri kalan yorumların ise diğer dillerle (özellikle Almanca, İtalyanca ve Rusça) yazıldığı görülmüştür. Ortalama olarak, her kullanıcının (yorumcu) 24 yorum ve bu yorumların yaklaşık 11 tanesini otel işletmeleri hakkında yaptığı tespit edilmiştir. Bu sonuç, incelenen yorumların güvenilirliğini artırmaktadır (Keates, 2007).

B. Yorumların İncelenmesi

TripAdvisor sitesinde, her yorumcunun genel memnuniyetini 5'li likert ölçeğiyle belirtmesi gerekmektedir (1= Berbat, 2= Kötü, 3= Ortalama, 4= Çok iyi, 5=Mükemmel). İncelenen yorumlara ait genel müşteri memnuniyetinin aritmetik ortalaması 3,54'tür. Bu sonuç, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde yer alan otel işletmelerinde konaklama yapan misafirlerin kısmen pozitif deneyim yaşadıklarını yansıtmaktadır.

Şekil 1. Yorumcuların Genel Memnuniyetinin Dağılımı



(Ortalama= 3.54, Standart Sapma= 1.27)

Uygulanan içerik analizi sonucunda, incelenen yorumlardan, 684 adet nitelik belirlenmiştir. Bu niteliklerin 464'ünün (% 67,8) olumlu ve 220'sinin ise (% 32,2) olumsuz olduğu saptanmıştır. Tablo 2'de görüldüğü gibi, olumlu nitelikler 6 kategori altında toplanmıştır. Olumlu değerlendirmelerin %27,4'ünün otelin konumu ve genel durumu, tesislerin yeterliliği, otelin dekoru ve tasarımı gibi otel işletmelerinin özellikleri üzerine yapıldığı dikkat çekmektedir. Olumlu değerlendirmelerin önemli bir kısmının (%25,2) odaların özellikleri ile ilgili yazıldığı görülmektedir. İnsan unsuru, hizmet sektöründe en önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmektedir, bu açıdan, 464 olumlu nitelikten 90 tanesinin (%19,4) çalışanların tutumları ve performansları hakkında yazıldığı belirlenmiştir.

Tablo 2: Olumlu Yorumların Dağılımı

Kategori	Frekans	Yüzde
1. Otelin Özellikleri	127	27.4
1.1. Konum	73	15.7
1.2. Durum (bakım, ömür)	28	6.1
1.3. Tesislerin yeterliliği (havuz, spor salonu vb.)	25	5.4
1.4. Tasarım ve dekor	1	0.2
2. Odalar:	117	25.2
2.1. Büyüklük ve konforlu olma	31	6.7
2.2. Temizlik	31	6.7
2.3. Durum (bakım, ömür vb.)	22	4.7
2.4. Eşyaların durumu ve yeterliliği	13	2.8
2.5. Konum	12	2.6
2.6. Tasarım ve dekor	8	1.7
3. Personel	90	19.4
3.1. Tutum ve tavırlar (güleryüzlülük, sıcakkanlılık vb.)	51	11.0
3.2. Performans (yabancı dillere hâkimiyet, profesyonel olmak vb.)	39	8.4
4. Yiyecek ve İçecek	89	19.2
4.1. Lezzet	46	9.9
4.2. Çeşit	24	5.2
4.3. Atmosfer (restoran manzarası, çalan müzik vb.)	14	3.0

4.4. Kalite	4	0.9
4.5. Sunum	1	0.2
5. Algılanan hizmet kalitesi	25	5.4
6. Uygulanan fiyatın uygun olması	16	3.4
Toplam	464	100.0

Tablo 3, misafirlerin otel işletmelerinde kaldıkları sürede algılanan olumsuz yönleri ve/veya yaşadıkları sorunları göstermektedir. İnternet ortamında otellere karşı paylaşılan olumsuz değerlendirmeleri, e-şikâyet olarak nitelendirilmek mümkündür (Harrison-Walker; 2001, Lee ve Hu, 2004; Sparks ve Browning, 2010; Zhang ve Vásquez, 2014). İncelenen 155 yorum içerisinde 220 adet olumsuz nitelik belirlenmiştir. Bu nitelikler, 9 kategori altında toplanmıştır. Tablo 3’de görüldüğü gibi, otelin özellikleri, odalar ve yiyecek-içecek en çok şikâyet edilen konuların başında gelmektedir. 220 yorumdan 5 tanesinin (% 2.3) şikâyet yönteminin kusuru ile ilgili yapıldığı dikkat çekmektedir. Otelden ayrılmadan önce işletmeye şikâyetini bildiren misafir, sadık olabilecek müşteri olarak kabul edilmektedir (Barlow ve Moller, 2008). Genel olarak, otelden ayrıldıktan sonra internette şikâyetini bildiren müşteri, hizmet kusurunun telafisini beklememektedir (Dinçer ve Alrawadieh, 2015). Bu tür müşteri, özgecilik (diğer müşterilerin kötü deneyimler yaşamalarını önlemek) veya intikam alma amacıyla şikâyetini paylaşmaktadır (Sparks ve Browning, 2010). Dolayısıyla, konaklama süresinde otellerin, misafirleri şikâyet bildirmeleri yönünde cesaretlendirmesi gerekmektedir.

Tablo 3: Olumsuz Yorumların Dağılımı

Kategori	Frekans	Yüzde
1. Otelin Özellikleri	60	27.2
1.1. Gürültü ve kalabalık	19	8.6
1.2. Durum (bakım, ömür)	17	7.7
1.3. Tesislerin yetersizliği	10	4.5
1.4. Konum	9	4.1
1.5. Dekor ve tasarım	4	1.8
1.6. Güvenlik	1	0.5
2. Odalar	53	24.2
2.1. Eşyaların durumu ve yetersizliği	23	10.5
2.2. Durum (bakımsızlık, eski olması vb.)	13	5.9
2.3. Büyüklük ve konforsuz olma	9	4.1
2.4. Temizlik yetersizliği	4	1.8
2.5. Tasarım ve dekor	3	1.4
2.6. Konum	1	0.5
3. Yiyecek ve İçecek	37	16.7
3.1. Kalite	13	5.9
3.2. Lezzet	10	4.5
3.3. Çeşit	8	3.6
3.4. Hijyen ve temizlik	2	0.9
3.5. Atmosfer (restoran manzarası, çalan müzik vb.)	2	0.9
3.6. Miktar	2	0.9
4. Personel	30	13.6

4.1. Performans (yabancı dil bilmemesi, profesyonel olmaması vb.)	17	7.7
4.2. Tutum ve tavırlar (nezaketsizlik vb.)	13	5.9
5. Algılanan hizmet kalitesi	12	5.4
6. Uygulanan fiyatın yüksek olması	11	5.0
7. Rezervasyon işlemlerle ilgili sorunlar	10	4.6
7.1. Yanıltıcı bilgilendirme	3	1.4
7.2. Özel istekleri karşılama	3	1.4
7.3. Fiyat farkını yansıtmak ve geri ödeme	2	0.9
7.4. Çifte rezervasyon (overbooking)	2	0.9
8. Şikâyet yöntemiyle ilgili sorunlar	5	2.3
8.1. Hizmet kusurunun telafisinin başarısız olması	3	1.4
8.2. Hizmet kusurunun telafi etmeme	2	0.9
9. Uygulanan politikalar	2	0.9
Toplam	220	100.0

İncelenen 155 yorumdan sadece 16 tanesine (% 10,3) otel tarafından dönüş yapılmıştır. Bu çalışma kapsamında incelenen yorumların çoğu olumlu olduğundan ve genel olarak olumlu yorumlara işletme tarafından bir dönüş beklenmediği için bu oranın düşük olması şaşırtıcı bir sonuç değildir. Otel işletmelerinin olumlu yorumlara dönüş yapması tavsiye edilebilirken, olumsuz yorumlara hızlı ve etkili dönüş yapılması gerekmektedir (Litvin vd.,2008). Dönüş yapılan 16 yorumdan yarısına, bir hafta içerisinde otel tarafından dönüş yapıldığı belirlenmiştir.

Tablo 4: Cinsiyete ve Pazara Göre Farklılığı Gösteren Mann-Whitney U Testi

Nitelik	Cinsiyete göre			Pazara göre		
	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık	Mann-Whitney U	Z	Anlamlılık
Gürültü ve kalabalık	1154.500	-1.241	0.215	2020.000	-2.374	0.018*
Otelin durumu (bakım, ömür)	1163.000	-1.280	0.201	2298.000	-0.405	0.685
Tesislerin yetersizliği	1254.500	-0.080	0.936	2162.000	-1.810	0.070
Otelin konumu	1254.500	-0.080	0.936	2113.000	-2.526	0.012*
Otelin dekoru ve tasarımı	1251.500	-0.197	0.843	2305.000	-0.693	0.489
Güvenlik	1260.000	0.000	1.000	2327.500	-0.714	0.475
Eşyaların durumu ve yetersizliği	1211.000	-0.576	0.564	2311.000	-1.235	0.217
Oda durumu (bakımsızlık, eski olması vb.)	1171.500	-1.374	0.170	2323.500	-0.241	0.810
Büyüklik ve konforsuz olma	1140.000	-2.001	0.045*	2137.500	-2.145	0.032*
Temizlik yetersizliği	1228.500	-1.255	0.209	2232.500	-1.761	0.078
Oda tasarımı ve dekoru	1260.000	0.000	1.000	2280.500	-1.212	0.225
Oda konumu	1260.000	0.000	1.000	2327.500	-0.714	0.475
Yemek kalitesi	1174.500	-1.041	0.298	2308.000	-0.372	0.710
Yemek lezzeti	1122.500	-2.293	0.022*	2234.500	-1.119	0.263
Yemek çeşiti	1191.500	-1.143	0.253	2258.000	-0.994	0.320
Hijyen ve temizlik	1240.000	-0.797	0.426	2303.000	-1.014	0.311
Atmosfer (restoran manzarası, çalan müzik vb.)	1260.000	0.000	1.000	2327.500	-0.714	0.475
Yemek miktarı	1197.000	-1.784	0.074	2328.500	-0.486	0.627
Performans (yabancı dil bilmemesi, profesyonel olmaması vb.)	1219.500	-0.437	0.662	1874.000	-3.682	0.000*
Tutum ve tavırlar (nezaketsizlik vb.)	1203.000	-0.832	0.405	2211.000	-1.235	0.217

Algılanan hizmet kalitesi	1254.500	-0.080	0.936	2348.000	-0.035	0.872
Uygulanan fiyatın yüksek olması	1254.500	-0.080	0.936	2300.000	-0.474	0.972
Yanılıcı bilgilendirme	1248.500	-0.326	0.745	2280.500	-1.212	0.225
Özel istekleri karşılama	1248.500	-0.326	0.745	2351.000	-0.017	0.986
Fiyat farkını yansıtmak ve geri ödeme	1228.500	-1.255	0.209	2328.500	-0.486	0.627
Çifte rezervasyon (overbooking)	1260.000	0.000	1.000	2303.000	-1.014	0.311
Hizmet kusurunun telafisinin başarısız olması	1260.000	0.000	1.000	2278.500	-1.246	0.213
Hizmet kusurunun telafi etmeme	1228.500	-1.255	0.209	2303.000	-1.014	0.311
Uygulanan politikalar	1228.500	-1.255	0.209	2304.000	-1.400	0.162

*($P < 0.05$)

Yorumcuların cinsiyetlerine göre yapılan yorumlarda anlamlı fark olup olmadığını tespit etmek için Mann-Whitney U testi yapılmıştır. Tablo 4'te görüldüğü gibi, kadınlara göre, erkeklerin yemek ve içeceklerin lezzeti konusunda daha fazla şikâyetçi oldukları tespit edilirken ($Z = -2.293$, P -değeri = 0.022), erkeklere göre, kadınların odaların büyüklüğü ve konforlu olmaması konusunda daha fazla şikâyetçi oldukları ortaya çıkmıştır ($Z = -2.001$, P -değeri = 0.045). Yorumcuların geldikleri pazara göre yapılan yorumlarda, aralarında anlamlı bir farkın olup olmadığını tespit etmek için de aynı test kullanılmıştır. Yabancı turistlere göre, yerel turistlerin yiyecek-içeceklerin çeşitliliği konusunda daha olumlu görüşe sahip oldukları tespit edilmiştir ($Z = -2.983$, P -değeri = 0.003). Aynı zamanda, yabancı turistlere göre, yerel turistlerin otellerde iş görenlerin performansı ($Z = -3.682$, P -değeri = 0.00), odaların büyüklüğü ve konforlu olmaması ($Z = -2.145$, P -değeri = 0.032), otelin konumu ($Z = -2.526$, P -değeri = 0.012) ve otelde gürültü ve kalabalık ($Z = -2.374$, P -değeri = 0.018) konularında daha fazla şikâyetçi oldukları tespit edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, Tripadvisor.com web sitesindeki 4 Aralık 2014 tarihine kadar Doğu Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren 5 ve 4 yıldızlı oteller ele alınıp, her bir otel ile ilgili paylaşılan yorumlardan en güncel 10 tane yorum değerlendirilmiştir. Toplam 155 tane yorum incelenerek öncelikle yorumcuların sosyo-demografik bilgileri elde edilmiştir. Bu bağlamda, yorumların çoğunun yerel turistler tarafından paylaşılmış olup erkek oldukları, ortalama olarak, her yorumcunun konaklama işletmeleri üzerine 11 tane yorum yaptığı tespit edilmiştir. Toplam 155 tane yorum incelendiğinde, 446 tane olumlu ve 220 tane olumsuz nitelik belirlenmiştir. Misafirlerin genel memnuniyet ortalamasını (3,54) göz önünde bulundurduğumuzda bu sonucu olumlu bir gösterge olarak kabul etmek mümkündür.

Bu araştırma kapsamında incelenen 155 adet yorumdan sadece 16 tanesine (% 10,3) oteller tarafından dönüş yapılmıştır. Yorumların büyük kısmı pozitif olduğundan dolayı bu oran düşük beklense de, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin internet ortamında paylaşılan yorumların yönetimine önem vermeleri tavsiye edilmektedir. Olumsuz yorumlar, işletmelerin zayıf yönlerini fark ederek sundukları hizmeti geliştirmelerini sağlamaktadır.

Dolayısıyla, e-şikâyetlere yönelik dönüşte, işletmelerin şikâyetinin hizmetini geliştirmesinde önemli bir rol oynadığını ve işletmenin şikâyet konusu ile ilgilendiği vurgulaması gerekmektedir. Olumlu yorumlara ise işletmelerin misafire teşekkür etme ve memnuniyet gösterme amaçlı dönüş yapması tavsiye edilmektedir.

Otelden çıkış esnasında ön büro bölümünde çalışanların misafirin konaklamasında her hangi bir sorun yaşanıp yaşanmadığını sormaları gerekmektedir. Misafirlerin bir kısmı doğrudan sözlü şikâyet etmekten çekinmektedir, bu yüzden, sözlü olarak ifade etmeseler de davranışlarından bir sorun olup olmadığını anlamak mümkündür. Resepsiyon bölümünde çalışanların şikâyet aldıkları anda hızlı ve etkili aksiyon almaları gerekmektedir. Extra harcamalar üzerinde indirim yapmak, havalananına ücretsiz araç sağlamak gibi aksiyonlar alınabilir. Yaşanan sorunlar ve alınan aksiyonlar misafirin profiline işlenmesi gerekmektedir. Ayrıca, konaklamadan sonra otel işletmesinin misafire geri bildirim şeklinde mail göndermesi misafirin olumsuz yorum yazma ihtimali en aza indirmektedir.

Her bilimsel çalışma gibi, bu araştırmada da bazı sınırlılıklar bulunmaktadır. Öncelikle çalışmada sadece 4 ve 5 yıldızlı turizm işletme belgeli oteller üzerinde yapılmıştır. Çalışma sonuçlarını genelledebilmek için diğer tür konaklama işletmeleri üzerinde de benzer araştırmalar yapılabilir. Bu araştırma, sıkı bir içerik çözümlemesi yöntemiyle yürütülmüş olmasına rağmen, nitel araştırmanın doğası gereği, objektifliğin bu çalışmanın sınırlılıklarından biri olarak söylenmesi mümkündür. Türkiye’de faaliyet gösteren turizm işletmelerinin seyahat e-yorumlarına yönelik görüşleri, farkındalığı ve kullanımı araştırılması gereken konulardan bir tanesidir. Gelecekte yapılacak olan çalışmalar da Türkiye’ye gelen turistlerin ziyaret ettikleri turistik bölgelere ilişkin görüşlerinin incelenmesi beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- ALRAWADIEH, Zaid ve Şehnaz DEMIRKOL; (2015), "Konaklama İşletmelerinde E-Şikâyet Yönetimi: İstanbul’daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerinde Bir Çalışma”, *Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(1), ss.132-151.
- BAKER, Dwayne A. ve John L. CROMPTON; (2000), “Quality, Satisfaction and Behavioural Intentions”, *Annals of Tourism Research*, 27(3), ss. 785–804.
- BARLOW, Janelle ve Claus MOLLER; (2008), *A Complaint is a Gift: Recovering Customer Loyalty When Things Go Wrong*, İkinci Baskı, Berrett-Koehler Publishers, San Francisco, California.
- BERG, Bruce L.; (2001). *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, Dördüncü Baskı, Pearson Education Company, Boston, MA.
- CHARMAZ, Kathy; (2006), *Constructing Grounded Theory*. Sage, London, England.

-
- CHUA, Alton Y. K. ve Snehasish BANERJEE; (2013), "Reliability of Reviews on the Internet: The Case of TripAdvisor", İç. *Proceedings of the World Congress on Engineering and Computer Science*, WCECS 23-25 October, San Francisco, USA. 1, ss. 453-457.
- COLE, Frank. L.; (1988), "Content analysis: process and application". *Clinical Nurse Specialist* 2(1), ss. 53-57.
- DELLAROCAS, Chrysanthos; (2003), "The Digitization of Word-of-Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms", *Management Science*, 49(10), ss. 1407-1424.
- DİNÇER, Mithat Zeki ve Zaid ALRAWADIEH; (2015). "Negative Word of Mouse in Hotel Industry: A Content Analysis of Online Reviews on Five Star Hotels in Jordan". Yayın aşamasında.
- GRETZEL, Ulrike ve Kyung-Hyan YOO; (2008), "Use and Impact of Online Travel Reviews", İç. Peter O'CONNOR; Wolfram HÖPKEN ve Ulrike GRETZEL (Ed.), *Information and Technologies in Tourism*, Springer, Vienna, Austria, ss. 35-46.
- HARRISON-WALKER L. Jean; (2001), "E-Complaining: A Content Analysis of an Internet Complaint Forum", *Journal of Service Marketing*, 15(5), ss. 397-412.
- JEACLE, Ingrid ve Chris CARTER; (2011), "In TripAdvisor We Trust: Rankings, Calculative Regimes and Abstract Systems", *Accounting, Organizations and Society*, 36, ss. 293-309.
- KEATES, Nancy; (2007), "Deconstructing TripAdvisor". *Wall Street Journal*. <http://www.wsj.com/articles/SB118065569116920710>Erişim Tarihi: 22.12.2014.
- LEE, Charles Changuk ve Clark HU; (2004), "Analyzing Hotel Customers' E-Complaints from an Internet Complaint Forum". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, (17), 2-3, ss. 167-181.
- LİTVİN, Stephen W., Ronald E. GOLDSMİTH ve Bing PAN; (2008), "Electronic Word-Of Mouth in Hospitality and Tourism Management". *Tourism Management*, 29, ss. 458-468.
- MAZZAROL, Tim, Jillian C. SWEENEY ve Geoffrey N. SOUTAR; (2007), "Conceptualizing Word-Of-Mouth Activity, Triggers And Conditions: An Exploratory Study", *European Journal of Marketing*, 41, ss. 1475-1494.
- O'CONNOR, Peter; (2008), "User-Generated Content and Travel: A Case Study on TripAdvisor.Com", İç. Peter O'CONNOR; Wolfram HÖPKEN ve Ulrike GRETZEL, *Information and Communication Technologies in Tourism*, ss. 47-58.
- O'CONNOR, Peter; (2010), "Managing a Hotel's Image on TripAdvisor", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(7), ss. 754-772.
- RICHINS, Marsha L.; (1983), "Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Consumers: A Pilot Study", *Journal of Marketing*, 47(1), ss. 68-78.
- SINGH, Jagdip; (1988), "Consumer Complaint Intentions and Behavior: Definitional and Taxonomical Issues", *Journal of Marketing*, 52(1), 93-107.

-
- SPARKS, Beverley A. ve Victoria BROWNING; (2010),“Complaining in Cyberspace: The Motives and Forms of Hotel Guests' Complaints Online”, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19, ss. 797–818.
- Tripadvisor.com (2014), “FactSheet”, http://www.tripadvisor.com/PressCenter-c4-Fact_Sheet.html
Erişim Tarihi: 13.12.2014.
- WESTBROOK, Robert A.; (1987), “Product/Consumption-Based Affective Responses and Postpurchase Processes”, *Journal of Marketing Research*, 24(3), ss. 258–270.
- WILLIAMS, Paul ve Geoffrey N. SOUTAR; (2009), Value, Satisfaction and Behavioral Intentions in an Adventure Tourism Context, *Annals of Tourism Research*, 36(3), ss. 413-438.
- XIANG, Zhengve Ulrike GRETZEL; (2010), "Role of Social Media in Online Travel Information Search". *Tourism Management*, 31(2), ss. 179–188.
- ZEMKE, Ron; (1999),“Service recovery: turning oops into opportunity”, İç. Ron ZEMKE ve John A. WOODS (Ed.), *Best Practices in Customer Service*, AMA Publications, New York, ss. 279-88.
- ZHANG, Yi ve Camilla VÁSQUEZ; (2014), “Hotels' Responses to Online Reviews: Managing Consumer Dissatisfaction”, *Discourse, Context and Media*, 6, ss. 54–64.

MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN TURİZM ÜRÜNÜ OLARAK KULLANIM ETKİNLİĞİNİN İNCELENMESİ: AYDER TURİZM MERKEZİ ÖRNEĞİ

Nazım ÇOKIŞLER¹

Ali TÜRKER²

ÖZ

Değişen turizm anlayışı içinde, gidilen bölgenin mutfak kültürü, otantik bir deneyim arayışında olan turistler için önemli bir tercih nedeni haline gelmiştir. Doğu Karadeniz Bölgesi, mutfak kültürü açısından yöreye özgü pek çok farklı yemek çeşidine sahip olmakla birlikte, bunların sadece bir kısmı yörenin turizm faaliyetleri içerisinde yer bulabilmektedir. Çalışmanın temel amacı, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde mutfak kültürünün turizm ürünü olarak kullanım etkinliğinin incelenmesi ve sunumunda yaşanan eksikliklerin tespit edilmesidir. Çalışmanın araştırma alanı olarak Rize'nin Çamlıhemşin ilçesine bağlı Ayder Turizm Merkezi seçilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden görüşme ve içerik analizi yöntemlerine başvurulmuştur. Bu bağlamda, yörede faaliyet gösteren restoranların yöneticileriyle görüşülmüş ve menüleri içerik analizine tabii tutulmuştur. Araştırma sonuçlarına göre yörede faaliyet gösteren restoran yöneticileri, mutfak kültürünün turizm amaçlı kullanımının öneminin yeterince farkında değildir. Ayrıca, turist sayısındaki artışa bağlı olarak, yöresel mutfağın sunumunda yozlaşmalar yaşandığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Mutfak Kültürü, SOKÜM, Kültürel Yozlaşma, Ayder.

THE EFFICIENCY ANALYSIS OF THE USE OF CUISINE CULTURE AS TOURISM PRODUCT: THE CASE OF AYDER TOURISM CENTER

ABSTRACT

With the changing tourism perception, cuisine culture of a destination has become an important factor of preference among the tourists who are in search of an authentic experience. Although Black Sea Region has many different kinds of meals unique to the region in terms of cuisine, only some part of them may find a place in tourism activities of the region. The main purpose of the study is to investigate the effectiveness of cuisine culture as a touristic product and to determine the deficiencies in the presentation. Ayder Tourism Center has been chosen as research area in the district of Çamlıhemşin in Rize., Interview and content analysis of the qualitative research methods have been applied. In this respect, managers of the restaurants operating at the region have been interviewed and their menus have been put to content analysis. According to research findings, restaurant managers do not realize the importance of the use of cuisine culture on tourism purpose. Besides, depending on increase in demand; cultural degeneration has been observed at the presentation of regional cuisine as well.

Keywords: Cuisine Culture, ICH, Cultural Degeneration, Ayder.

¹ Yrd. Doç. Dr., İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, cokisler@hotmail.com

² Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca Meslek Yüksekokulu, aturker@mu.edu.tr

GİRİŞ

Geleneksel tatil anlayışının yerini özel ilgi turizmi çeşitlerine bıraktığı günümüz turizminde, kültür turizmi gün geçtikçe önemini artıran bir turizm türü olarak dikkat çekmektedir. “Toplumun bir üyesi olarak insanoğlunun kazandığı bilgi, sanat, ahlak, gelenekler ve benzeri diğer yetenek ve alışkanlıkları kapsayan karmaşık bir bütün” (Bozkurt, 1985: 22) şeklinde tanımlanan kültür, bir toplumun yarattığı her şeyi kapsamaktadır. Küreselleşmenin ve tek-tipleşmenin kendini iyice hissettirmeye başladığı 21. yüzyıl ile birlikte, turistler ziyaret ettikleri destinasyonların doğal ve tarihi güzellikleri, iklimi ve coğrafyası kadar, kültürüne de daha fazla ilgi duymaya başlamışlardır. Mutfak kültürü; bir toplumun içinde yaşadığı coğrafi koşulların yemek kültürüne etkilerini yansıtmaları bakımından ‘halk kültürü’ kavramı içerisinde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle mutfak kültürü, otantik ve özgün deneyimler peşinde olan günümüz turistlerinin ilgi duydukları kültürel unsurların başında gelmektedir.

Mutfak kültürü; bir bölgede yaşayanların iklim ve coğrafi koşullara uygun olarak yetiştirdikleri/sağladıkları yiyecek ve içecekleri, bu ürünlerle üretilen yemekleri, yemeklerin pişirme ve servis edilme şeklini kapsamaktadır (Kızılırmak vd., 2014: 75). Bu tanımda, yemeklerin hazırlanma, pişirilme ve tüketilme süreçleri sırasında ortaya çıkan davranış kalıpları, ritüeller ve inanmalar yer almamaktadır. Turizm açısından mutfak kültürü kavramı, bu bağlamda ortaya çıkan gelenek, görenek ve ritüellerle birlikte ele alınması daha uygun olacaktır. Böylece, mutfak kültürü; yemeği oluşturan malzemelerin elde edilişi, yemeğin hazırlanması, tüketilmesi ve saklanması süreçlerini ve bu süreçlerde ortaya çıkan her türlü davranış kalıplarını, rutinleri, ritüelleri ve inanmaları kapsayan bir kavram olarak tanımlanabilir. Bu tanım, mutfak kültürünün kültür turizmi açısından taşıdığı önemin, sadece ürünlerden kaynaklanmadığı, o ürünlerin ortaya çıkmasını sağlayan süreçlerin ve bu süreçlerde ortaya konan her türlü halk bilimsel (folklorik) değerlerin de kültür turizmi açısından büyük önem taşıdığını vurgulamaktadır.

Türkiye, jeopolitik konumu, tarihi zenginliği ve iklimsel çeşitlilikleri nedeniyle zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Sahip olunan bu zengin kültürün turistik ürün olarak etkin kullanımı, yöresel mutfakların tanıtılması ve mutfak kültürünün kaybolmasının engellenmesi açılarından özel bir önem taşımaktadır. Türkiye’de, kendine özgü iklimi ve coğrafyasına bağlı olarak farklı bir mutfak kültürüne sahip olan bölgelerimizden biri de Doğu Karadeniz Bölgesi’dir. Bölgenin mutfak kültürünün korunarak gelecek nesillere aktarılmasında, gastronomi ve mutfak sanatları alanında çalışma yapan akademisyenlere düşen görev, mutfak kültürünü oluşturan unsurların, yozlaşmasına fırsat vermeden bir turizm ürünü haline getirilmesine yönelik çözüm önerileri sunmaktır. Doğu Karadeniz’e olan turizm talebi son on beş yıl içinde büyük bir artış göstermiş, ancak bu gelişmeler akademisyenler tarafından yeterince ele alınmamıştır (Çokişler ve Türker, 2015: 41). Bu nedenle, çalışmada Ayder

Turizm Merkezi’nde yer alan turizm işletmelerinin, mutfak kültürü unsurlarını bir turizm ürünü olarak kullanma etkinlikleri incelenmiş ve tespit edilen aksaklıklara ilişkin çözüm önerileri sunulmuştur.

I. YAZIN TARAMASI

Turistik ürün, turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek nitelikteki mal ve hizmetlerin karışımı ya da mal ve hizmetler karışımından oluşan bir pakettir (Olalı ve Timur, 1988: 421). Usal ve Oral (2001: 125) ise turistik ürünü; turistlerin, yaşamlarını sürdürdükleri yerlerden ayrılmalarıyla başlayıp yeniden evlerine dönmelerine kadar geçen süre içinde satın aldıkları veya faydalandıkları mal ve hizmetlerin tamamı şeklinde tanımlamışlardır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde dar anlamda hediyelik eşya, konaklama hizmeti, paket tur gibi ürünler; geniş anlamda ise destinasyonun tamamı bir turistik ürün olarak değerlendirilebilmektedir. Turistik ürünün ‘destinasyon’ olarak ele alınması durumunda, destinasyonun; çekicilik, ulaşılabilirlik, turizm işletmeleri, etkinlikler ve imaj gibi bir

takım özelliklere sahip olması gerektiği belirtilmiştir (Kozak vd., 2008: 41). Turistik çekicilik unsurlarını ise doğal, sosyo-kültürel, ekonomik ve psikolojik unsurlar olarak sıralamak mümkündür (Aktaş ve Batman, 2010: 378). Mutfak kültürü, sosyo-kültürel unsurlar başlığı altında değerlendirilmektedir. Akoğlan vd. (2009: 147) özel ilgi turizmi çeşitlerini sınıflandırdıkları çalışmalarında, geleneksel mutfak kültürüne, kültür turizmi başlığı altında ‘kültüre yönelik insan faaliyetleri’ alt başlığı içerisinde yer vermişlerdir.

Mutfak kültürünün turizm alanında kullanımına ilişkin literatürde farklı araştırmalar bulunmaktadır. Aslan vd. (2014) mutfak kültürü kavramını yöresel mutfak açısından değerlendirmekte ve destinasyon markalaşma sürecinde yöresel mutfağın rolü üzerinde durmaktadırlar. Görüşme yöntemi ile gerçekleştirilen araştırmada, turistlerin yöresel yemeklere ilgi gösterdikleri ancak bu yemeklerin hazırlanmasında profesyonel personel bulma konusunda sorunlar yaşandığı ve yöresel yemeklerin maliyetlerinin yüksek olması ve ertesi güne saklanamaması nedeniyle problemler yaşandığı sonucuna varılmıştır. Ekiz ve Köker (2012), turistlerin destinasyondan tatmin düzeylerini belirleyen faktörler üzerine gerçekleştirmiş oldukları araştırmalarında, yiyecek unsurlarının bu belirleyicilerden birisi olduğunu tespit etmekle beraber, bu faktörün turistlerin tatmin düzeyi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını tespit etmişlerdir. Araştırmacılar, literatürle çeliştiğini ifade ettikleri bu sonucun nedeninin, araştırma bölgesi olan Kuzey Kıbrıs’ta yerel mutfak kültürü unsurlarının turistik ürün olarak kullanılmaması olduğunu ifade etmişlerdir.

Güneş vd. (2008) mutfak kültürünü sürdürülebilir turizm açısından değerlendirmişler ve yöresel yemeklerin korunarak gelecek nesillere aktarılabilmesinin önemli yollarından birinin, bu kültür unsurlarının turizm ürünü haline dönüştürülmesi olduğunu ifade etmişlerdir. Cömert (2014) araştırmasında, yöresel mutfağın turizm pazarlaması açısından son derece önemli olduğunu vurgulamış ve Hatay mutfağı üzerinden örnekler vermiştir. Bezirgan ve Koç (2014) ise, Cunda Adası

örnekleminde gerçekleştirmiş oldukları araştırmalarında, yerel mutfak unsurlarının destinasyona yönelik aidiyet duygusunun oluşumuna etkilerini incelemişlerdir. Nicel veri toplama tekniğinin kullanıldığı çalışmada turistlere anket uygulanmış ve sonuçlar yapısal eşitlik modeli ile incelenmiştir. Araştırmacılar, servis kalitesi dışında yerel mutfak unsurlarının aidiyet duygusunu olumlu yönde etkilediği sonucuna varmışlardır. Kızırmak vd. (2014) ise, Uzungöl Turizm Merkezi’ni örneklem olarak aldıkları çalışmalarında yörede faaliyet gösteren restoranların menülerinde yerel mutfak unsurlarına ayrı bir bölüm ayrılmadığını ve yerel mutfağa yeterince önem verilmediğini vurgulamışlardır. Araştırmacılar, kırsal turizm açısından yöresel mutfak ürünlerinin önemi ve restoranlarda sunulmasının gerekliliği üzerinde durmuşlardır.

Yukarıda sıralanan çalışmalarda da görüldüğü üzere, mutfak kültürünün turizmde kullanımı alanında gerçekleştirilen çalışmaların çoğunluğu konuya turizm pazarlaması alanından yaklaşmıştır. Konuya sürdürülebilirlik ve kırsal turizm açısından yaklaşan çalışmalar ise yöresel mutfak kültürü unsurlarının korunabilmesinin bir yolu olarak sundukları çözüm önerilerinde, bu unsurların turistik ürün olarak değerlendirilmesinin gerekliliği üzerinde durmaktadırlar. Bu nedenle, araştırmada geleneksel mutfak kültürünün turistik ürün olarak ne derecede kullanıldığı üzerinde durulmaktadır. Doğu Karadeniz Bölgesi’nin kendine has bir mutfak kültürü olmasına ve yüksek bir turizm talebine konu olmasına rağmen, literatürde bu alanda yapılan çalışmaların az sayıda olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, Doğu Karadeniz Bölgesi araştırma bölgesi olarak belirlenmiştir.

Doğu Karadeniz Bölgesi, diğer bölgelerde görülmeyen coğrafi şartlara sahiptir ve bölgenin yemek kültürü de bu coğrafi şartlardan etkilenmiştir. Doğu Karadeniz’de görülen coğrafi özelliklerin dayattığı şartlar, bölgenin genelinde benzer bir mutfak kültürünün oluşmasına neden olmuştur; kurak bir mevsimin yaşanmamasına bağlı olarak bölgede buğday yetişmez, bu yüzden bölgenin temel gıdası mısır unundan elde edilen mısır ekmeğidir. Geleneksel bölge mutfağının mısır ekmeği ile birlikte diğer ayırt edici unsurları karalahana ve hamsidir. Ancak, hamsi çoğunlukla sahil kesiminin mutfağında önemli bir yere sahip iken, iç kesimlere gidildikçe yerini derelerden yakalanan alabalıklara bırakır. Yemeklerde kullanılan temel malzemeler; karalahana, kabak, taze veya kuru fasulye, hamsi/alabalık, mısır unu, tereyağı ve iç yağdır. Yemekler, bu malzemelerin tek başlarına ya da çeşitli birleşimlerle ve değişik tekniklerle pişirilmesiyle hazırlanır.

Sahilden iç kesimlere doğru gidildikçe temel ekonomik faaliyet olan tarım, yerini hayvancılığa bırakır. Bu değişime bağlı olarak, bal ve süt ürünleri sahil kesimine kıyasla bölge mutfağında daha fazla yer tutmaya başlar. Dağlık bölgelerin en önemli geçim kaynağının hayvancılık olmasına rağmen, et ürünlerinin bölge mutfağı içindeki yeri büyük değildir. Bunun nedeni, özellikle kış aylarında hayvanları besleyecek yeterli otun bulunmasının zor olması ve bir yaylacılık sezonunda toplanabilen otların ancak belli sayıda hayvanın beslenebilmesi için yeterli olmasıdır. Sonuç olarak Karadeniz’de hayvanlar etleri için değil, sütleri için beslenir. Bu yüzden Doğu Karadeniz mutfağında et yemekleri

çok yaygın ya da özel değildir. Etler, yapılan yemeklerin içine eklenerek ya da kıyma haline getirilerek etli sarma, köfte gibi yemek çeşitlerinde kullanılmaktadır. Özellikle kemikli etler veya etin sıyrılıp kullanılmasından arta kalan kemikler kuru fasulye, karalahana gibi yemeklerin yapımında değerlendirilir (Ak, 1996: 43).

II. AMAÇ VE YÖNTEM

Çalışmanın temel amacı, Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yemek kültürünün bir turistik ürün olarak değerlendirilme düzeyinin belirlenmesidir. Bu amaçla, Rize ilinin Çamlıhemşin ilçesine bağlı Ayder Turizm Merkezi araştırma bölgesi olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda, 28.07-03.08.2014 tarihleri arasında gerçekleştirilen çalışmada, restoran işletmeleri incelenmiştir. Araştırmada; görüşme ve içerik analizi olmak üzere iki farklı yöntem uygulanmıştır.

Ayder’de, bağımsız restoran işletmeleri ve bir otel bünyesinde faaliyet göstermekte olanlar olmak üzere iki tür restoran işletmesi bulunmaktadır. Bağımsız restoran işletmeleri 7 adettir. Araştırmada bu restoranların tamamı ile görüşülmüş, görüşmeler daha önceden belirlenmiş yarı yapılandırılmış sorular doğrultusunda 45 ile 60 dakika arasında sürmüştür. Ayder’de, bir konaklama işletmesi bünyesinde faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin kesin sayısı tespit edilememiştir. Bunun nedeni, merkezde hotel, motel, pansiyon gibi farklı konaklama işletmelerinin bulunması, bu işletmelerin bir kısmının sadece kendi müşterilerine hizmet vermesi, bir kısmının ise bir restorana sahip olmamalarıdır. Ayder’de ev pansiyonculuğunun da yaygın olması, toplam restoran sayısının kesin olarak belirlenmesini güçleştiren diğer bir etmen olmuştur. Bir konaklama işletmesine bağlı olarak faaliyetini sürdüren 18 restoranla görüşülmüştür. Bu işletmeler Ayder’in içinden geçen ana yolun kenarında yer almalarının getirdiği avantaj sayesinde, sadece kendi müşterilerine değil, gelen diğer müşterilere de hizmet verebilmektedirler. Bu şekildeki 18 işletme, 7 adet bağımsız restoranla birlikte içerik analizi tekniğinin örneklem alanını oluşturmuştur. Araştırmada, ilk olarak söz konusu işletmelerin menüleri içerik analizinde tabii tutulmuş ve menülerde yöresel yemeklere ne kadar yer verildiği incelenmiş, daha sonra, görüşme bulgularına yer verilmiş, sonuç bölümünde ise genel bir değerlendirme yapılarak çözüm önerileri getirilmiştir.

III. BULGULAR VE TARTIŞMA

A. İçerik Analizi Sonuçları

Yörede faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menüleri içerik analizine tabi tutulurken, yemekler “yöresel” ve “yöresel olmayan” olmak üzere iki ana başlık altında toplanmıştır. Bölgeye özgü yemeklerin yer aldığı “yöresel yemekler” listesi Tablo 1’de verilmiştir. Tablo 1 incelendiğinde menülerde en çok karşılaşılan yöresel yemeğin %84 ile ‘muhlama’ (n=21) olduğu görülmektedir. Bu yemeği, geleneksel bir tatlı türü olan ‘laz böreği’ %56 (n=14) takip etmektedir.

‘Lahana sarma’ (n=13) ve ‘lahana çorbası’ (n=10) ise en çok karşılaşılan diğer yöresel yemek türlerini oluşturmaktadır. Bununla birlikte; ‘balık kavurma’, ‘hamsi tava’, ‘ormanlı hamsi’, ‘fasulye turşusu’, ‘balık çorbası’ gibi yöresel pek çok yemeğe sadece bir restoran menüsünde yer verildiği görülmektedir. Tablo 1’de yer alan 17 yöresel yemekten ilk dördünün toplam frekansı 58 iken, (Muhlama 21, Laz Böreği 14, Lahana Sarması 13, Lahana Çorbası 10) geri kalan 13 tanesinin toplam frekansı 28’dir. Bu sonuçlara göre, ‘muhlama’, ‘laz böreği’, ‘lahana sarma’ ve ‘lahana çorbası’ büyük bir üstünlükle, bölge mutfağının turizmde en çok kullanılan yemeklerini oluşturmaktadır.

Tablo 1. Restoran Menülerinde Yer Alan Yöresel Yemekler (n/25)

Yemek Adı	Frekans (f)	Yüzde (%)
Muhlama	21	84
Laz Böreği	14	56
Lahana Sarma	13	52
Lahana Çorbası	10	40
Hemşin Helvası	5	20
Mısır Ekmeği	5	20
Turşu Kavurması	4	16
Çarhala	2	8
Fasulye Kavurma	2	8
Lahana Lobia	2	8
Mısır Helvası	2	8
Hamsi Tava	1	4
Ormanlı Hamsi	1	4
Fasulye Turşusu	1	4
Balık Çorbası	1	4
Balık Kavurma	1	4
Hemşin Baklavası	1	4

Menülerde yer alan ‘diğer’ yemek türleri; ‘et ürünleri’, ‘köfte çeşitleri’, ‘tavuk ürünleri’, ‘kebab çeşitleri’, ‘su ürünleri’, ‘tatlılar’ ve ‘diğer’ başlıkları altında toplanmış ve Tablo 2’de gösterilmiştir. Tablo 2 incelenirken yörede büyük baş hayvancılık ve alabalık yetiştiriciliğinin yaygın olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Hayvancılık ve alabalık yetiştiriciliği nedeniyle yörede kırmızı et ve alabalık ürünlerinin menülerde sıkça yer aldığı anlaşılmaktadır. Bu nedenle her ne kadar alabalık ve et yemekleri ülke genelinde bilinen, yöresel olmayan yemek türleri olsa da, Doğu Karadeniz mutfağının önemli unsurları olarak kabul edilebilir.

Yemek gruplarının, menülerde yer alan yöresel olmayan yemekler içindeki toplam paylarına bakıldığında oranlar, ‘et ürünleri’ %30 (n=64), ‘diğer’ %26 (n=57), ‘su ürünleri’ %11 (n=24), ‘köfte çeşitleri’, %10 (n=22), ‘tavuk ürünleri’ %10 (n=22), ‘tatlılar’ %8 (n=17) ve ‘kebab çeşitleri’, %5 (n=10) olarak gerçekleşmektedir. Ana malzemesi et olan yemeklerin (et ürünleri, köfte çeşitleri, tavuk ürünleri ve kebab çeşitleri) oranı %55 (n=118), bu orana ‘su ürünleri’ de eklendiğinde et yemeklerinin

toplam payı %66 (n=142)’ya ulaşmaktadır. Bu sonuçlardan hareketle, Ayder’de yer alan restoranların menülerinde en çok et ve et ürünlerinin yer aldığı anlaşılmaktadır.

Yöresel olmayan yemekler tek tek incelendiğinde, en çok menüde yer alan yemeğin %80 ile (n=20) ‘ızgara köfte’ olduğu görülmektedir. Bu yemeği; %68 ile ‘alabalık’ (n=17) ve %60 ile ‘kuru fasulye’ (n=15) takip etmektedir.

Tablo 2’de yer alan verilerde, geleneksel Karadeniz mutfağında yeri olmayan kebab ve karides gibi bir takım yemeklerin de, turizm ile birlikte kendilerine yer bulabildikleri dikkat çekmektedir. Bu durum, görüşme sonuçlarından elde edilen veriler ışığında aşağıda değerlendirilmiştir.

Tablo 2. Restoran Menülerinde Yer Alan Diğer Yemekler (n/25)

Et Ürünleri	f	%	Tavuk Ürünleri	f	%	Su Ürünleri	f	%
Karışık Izgara	13	52	Tavuk Izgara	10	40	Alabalık	17	68
Pirzola	10	40	Tavuk Sote	5	20	Balık Izgara	3	12
Bifteğ	8	32	Tavuk Şiş	4	16	Balık Sac Tava	1	4
Sac Kavurma	6	24	Tavuk Sac Tava	1	4	Karides Tava	1	4
Sac Tava	5	20	Tavuk Şnitzel	1	4	Karides Güveç	1	4
Et Sote	4	16	Tavuk Pirzola	1	4	Ahtapot Güveç	1	4
Et şiş	4	16						
Çoban Kavurma	3	12	Kebab Çeşitleri	f	%	Diğer	f	%
Kuzu Pirzola	3	12	Patlıcan Kebab	3	12	Kuru Fasulye	15	60
Beyti	3	12	Adana Kebab	3	12	Çorba	14	56
Bonfile	2	8	Domatesli Kebab	1	4	Pilav	12	48
Kuzu Eti	1	4	Kebaptan İskender	1	4	Menemen	7	28
Ali Nazik	1	4	Antakya Tepsi Kebabı	1	4	Salata	4	16
Et Döner	1	4	Urfa Kebab	1	4	Katmer	1	4
						Ciğer Tava	1	4
Tatlı Çeşitleri	f	%	Köfte Çeşitleri	f	%	Arnavut Ciğeri	1	4
Sütlaç	10	40	Izgara Köfte	20	80	Ciğer Sote	1	4
Baklava	6	24	Kiremitte Köfte	1	4	Sebzeli Börek	1	4
Kadayıf	1	4	Tandır Köfte	1	4			

B. Görüşme Sonuçları

1. Personel Sorunları

Ayder Yaylası’nda bulunan restoranların çoğu aile işletmesi olarak faaliyet göstermektedir. Bir katılımcı, aşçının restoran sahibinin akrabası olmasının tercih edilen bir durum olduğunu belirtmiş, diğer bir katılımcı ise; “bizim yemekleri herkes yapabilir, aşçı bulmak kolay, zor olan servis elemanı bulabilmek” diyerek durumu açıklamıştır. Ancak her katılımcının aynı fikirde olduğunu ifade etmek mümkün değildir. Zira bir diğer katılımcı; “herkes aşçı olduğunu iddia ediyor ama profesyonellik yok” şeklindeki ifadesi ile aslında yörede profesyonel aşçıların bulunmadığını ortaya koymuştur. Mutfak kültürünün korunması açısından geleneksel yemek pişirme şekillerinin korunması önemli olmakla beraber, yemek kültürünün bir turistik ürün haline dönüştürülebilmesi için belirli hijyen ve pişirme

standartlarına ihtiyaç duyulacağı ve bu standartların sağlanmasının da profesyonellik gerektireceği açıktır. Ancak, bir diğer katılımcı ise Karadeniz yemeklerinin zaman gerektirmeyen, hızlı hazırlanabilecek yemeklerden oluştuğunu, bunları hazırlamak için ise profesyonelliğe ihtiyaç olmadığını ifade etmiştir. Bu bağlamda yerel halka hijyen ve servis konularında eğitim verilmesinin önemli olduğu düşünülmektedir.

2. Turistlerin Yöresel Yemeklere İlgisi

Katılımcılara yöneltilen ikinci soru, turistlerin yöresel yemeklere ne düzeyde ilgi duyduklarıdır. Bu soruya katılımcıların genel cevabı turistlerin çoğunlukla yöresel yemeklere ilgisinin olduğu yönündedir. Turistlerin en çok hangi yöresel yemeklere ilgi duydukları sorusu yöneltildiğinde ise katılımcıların çoğu; 'muhlama', 'alabalık', 'lahana çorbası', 'laz böreği' ve 'mısır ekmeği' cevaplarını vermişlerdir. Bu yanıtlar, içerik analizine göre menülerde en çok yer alan yemeklerle kısmen uyumludur. Turistlerin en çok ilgi duydukları yiyecekler arasında mısır ekmeğinin yer alması ilgi çekici bir bulgudur. Mısır ekmeği, incelenen menülerin sadece 5'inde yer almaktadır. Gerçekte ise, mısır ekmeği hemen her restoranda bulundurulmaktadır. Bu sonuç, restoran sahiplerinin menülerini oluşturma konusunda nelere dikkat edeceklerini bilmedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Bir katılımcı, yerli turistlerin yöresel yemekleri tatmak istemekle birlikte, alışık oldukları tatları arayanların da çoğunlukta olduğunu ifade etmiş, özellikle Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nden gelen turistler, Karadeniz Bölgesi'nin yemek kültürünün kendi damak tatlarına uymadığını ifade etmektedirler. Ayrıca bölgeye Ortadoğu ülkelerinden gelen turistlerin ise yöresel tatlara ilgilerinin olmadığını, daha çok et yemeklerini tercih ettiklerini belirtmiştir. Bu ifadeler, Ayder'de et ürünlerinin menülerde kendilerine neden bu denli büyük bir pay bulabildiğini açıklar niteliktedir.

Bir diğer katılımcı ise, turistlerin 'hamsili pilav', 'hamsili ekmeği' gibi yöresel tatlara ilgi gösterdiklerini, ancak bu tür yemeklerin pişirildiği gün tüketilmesi gerektiğinden, bu tarz yemeklerin ancak önceden sipariş üzerine pişirilebildiğini söylemiştir. Bu veriler, Aslan vd.'nin (2014) Nevşehir yöresi yemeklerini ele aldıkları araştırmanın sonuçları ile uyumludur. Onlara göre; "Bölgenin yemeklerinin yapıldığı gün satılması gerekmekte, [yemekler bir sonraki gün için] saklanamamaktadır. Bu nedenle yöresel yemek işletmeler açısından önemli bir gelir kaynağı olarak da değerlendirilmemektedir." (Aslan vd., 2014: 7). Anlaşıldığı üzere, ertesi güne kalamadığı için atılmak zorunda kalınan yemekler, o yemekten elde edilen kârı götürmekte ve işletmelerin bu tür yemekleri tercih etmemeleri sonucunu doğurmaktadır. İki araştırmanın da ortaya koyduğu sonuca göre restoranlar, yöresel yemeklerin arzı için satış garantisi aramaktadır. Restoranlara bu konuda yardımcı olabilecek işletmeler, bölgeye paket tur düzenleyen seyahat acenteleri olabilir. Acenteler, kişi sayısı ve talep edilen yöresel yemekler gibi bilgileri önceden vererek, restoranları yönlendirebilir, bu sayede

yöresel yemeklerin turizmde daha fazla yer bulabilmelerine yardımcı olabilirler. Bahsedilen ideal durumun, günümüz piyasa şartlarında gerçekleşebilme olasılığı ise tartışmaya açık bir konudur.

Nitekim Doğu Karadeniz’e giden turistlerin %82’lik yüzdesini yerli turistler oluşturmakta ve yerli turistler, büyük ölçüde, seyahat acentelerinin düzenlediği paket turları tercih etmektedirler (Çokişler ve Türker, 2015: 39-40). Doğu Karadeniz paket turları piyasasına bakıldığında, sayıları 20-30 arasında olan acentenin, piyasanın büyük bir oranına hitap ettiği, ancak, aralarında yaşanan şiddetli fiyat rekabeti nedeniyle, çok düşük fiyatlı turlar düzenlemekte oldukları görülmektedir. Bu durum bölgeyi ziyaret eden turist profilini de etkilemekte ve her şeyin en ucuzunu isteyen turistlerin bölgenin kültürel değerlerine gerekli önemi vermemesi sonucunu doğurmaktadır (Çokişler, 2015). Bu tespitler, bir bölgeye giden turistlerin alım güçlerinin, turizme konu olan bölgenin kültürel değerlerinin turizmde kullanımı konusunda sahip olduğu büyük etkiyi göstermektedir. Bilindiği üzere, kültürel amaçlarla seyahat eden turistler, kültürel değerlere daha fazla para harcama eğilimindedir (Richards, 1996: 52). Bu veriler ışığında, Ayder yöresinde mutfak kültürünün turizmde etkin kullanımının önündeki bir engelin de, bölgeyi ziyaret eden turist profili ve bu profilin şekillenmesinde büyük payı olan acentelerden kaynaklandığı öne sürülebilir.

3. En çok Kâr Getiren Yemek Türleri

Katılımcılara hangi yemek çeşitlerinin daha çok kazanç sağladığı sorusu yöneltilmiştir. Alkollü içki satışı yapan ve asıl gelirini ızgara çeşitlerinden sağlayan restoranlar da dâhil olmak üzere, katılımcıların bu soruya genel yaklaşımı, yöresel yemeklerin daha kârlı olduğu yönündedir. Bu ifade, Aslan vd. (2014)’te dile getirilen görüşle çelişir görünmektedir. Onlara göre, pişirildiği gün satılma zorunluluğu nedeniyle yöresel yemekler “...işletmeler açısından önemli bir gelir kaynağı olarak da değerlendirilmemektedir” (Aslan vd., 2014: 7). Bir katılımcı bu durumun nedenini; “yöresel yemekler daha çok sebze malzemeli yemekler, et yemeklerinin ise maliyetleri yüksek bu nedenle kâr marjları düşük. Sebzedden yapılan yöresel yemeklerin kâr marjı daha yüksek’ şeklinde açıklamıştır.

Katılımcılara restoranlarında yöresel canlı müziğe yer verip vermedikleri ve yöresel yemeklerin yapılışını müşterilerine gösterme/tarif etme uygulamalarının olup olmadığı soruları da yöneltilmiştir. Her iki soru için de katılımcılar olumsuz yanıt vermişlerdir. Yemek kültürünün turistik ürün olarak geliştirilmesinde en önemli unsurlardan biri olan yöresel yemeklerin nasıl yapıldığının (mantı ve gözleme örneklerinde olduğu gibi) turistlere sergilenmesinin ise hiçbir işletmede yapılmadığı tespit edilmiştir.

4. Restoranların Genel Sorunları

Katılımcılara, Ayder’de restorancılık yapanların ne gibi sorunlar yaşadıkları sorusu yöneltilildiğinde öne çıkan ilk bulgu, sezon kısalığı olmuştur. Katılımcıların tamamı personel bulma,

hizmet kalitesini arttırma, daha başarılı bir işletmecilik yapma gibi sorunların temelinde sezon kısalığının yattığını ifade etmişlerdir. Bir katılımcı sezonda üç dört aylığına personel bulmanın zor olduğunu belirterek, personel bulabilmek için normal maaşından iki üç kat daha fazla ücret ödemek durumunda kaldıklarını belirtmiştir.

Bir diğer temel sorunun ise bölgeye tur düzenleyen seyahat acentalarından kaynaklandığı tespit edilmiştir. Bazı katılımcılar, seyahat acentalarının restoranlarına müşteri getirmeleri karşılığında yüksek komisyonlar talep ettiklerini ifade ederek bu şartlarda para kazanmalarının mümkün olmadığını belirtmiştir. Başka bir katılımcı ise, aynı konu hakkında bölgeye tur düzenleyen büyük acenteleri kendi işletmelerine çekebilmek için, restoranların, sezon başında acentelere yüklü ödemeler yaptıklarını belirtmiştir. Katılımcılar, acentelere ödenen yüksek komisyon oranlarının yemek fiyatlarına yansıdığını, bu nedenle yemeklerin gereğinden daha pahalı satıldığını belirtmişlerdir. Katılımcıların üzerinde durdukları diğer sorunlar ise ruhsatsız işletmeler, günlük malzeme temininde yaşanan sorunlar ve zaman zaman beklenmedik şekilde yaşanan yoğunluklar olarak ifade edilmiştir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Araştırmada Ayder’de yer alan restoran işletmelerinde yörenin mutfak kültürünün kullanımı arz yönüyle ele alınmış ve mutfak kültürünün turistik bir ürün olarak kullanımında çeşitli sorunlar yaşandığı tespit edilmiştir. Bu durumun kökeninde, son on beş yılda bölgeye olan turizm talebinin hızlı artışı ve bu hızlı artışın beraberinde getirdiği planlama sorunlarının yattığı düşünülmektedir. Turizm sezonunun kısalığı da, bölgeye olan yüksek talebe rağmen, işletme sahiplerini kısıtlayıcı bir etkide bulunmakta ve arzu edilen seviyeye gelmelerini engellemektedir. Bu kök sorunların neden olduğu plansız, bu nedenle de verimsiz turizm anlayışı içerisinde, yörede yemek kültürünün bir turizm ürünü olarak kullanımının başarılı olduğunu söylemek mümkün değildir.

Araştırmada ortaya çıkan ilk önemli sonuç, restoranlarda en çok yer alan yemeklerin muhlama, Laz böreği, lahana sarması ve et ürünlerinden oluşmasıdır. Bu yemekler Ayder turizm merkezinin bağlı olduğu Çamlıhemşin yöresine has olmayıp, Karadeniz Bölgesi’nin genelinde bilinen yemeklerdir. Yörenin kendine has yemekleri olmasına rağmen, bu yemekler turistik bir ürün olarak restoranlarda sunulmamaktadır. Buna göre, Ayder’de yöresel yiyeceklerin turistik ürün olarak sunumu son derece sınırlıdır.

Yöresel mutfak kültürünün turistik bir ürün olarak sunumunda yaşanan sıkıntıların, arz ve talep yönlü olmak üzere iki boyutlu olduğu görülmüştür. Arz açısından değerlendirildiğinde, Karadeniz Bölgesi’nin kök sorunu olan turizm sezonunun kısalığı, araştırma konusu üzerinde de en büyük olumsuz etkiyi yapan faktör olarak tespit edilmiştir. Karadeniz turizminin son on beş yıl içinde hızlı ve plansız bir şekilde büyümesinin de, mutfak kültürünün turistik ürün olarak etkin kullanımının önündeki engellerden biri olduğu görülmüştür.

Arz yönlü bir diğer sıkıntının restoran sahiplerinin konu hakkında yeterli bilgi ve deneyime sahip olmamalarından kaynaklandığı anlaşılmıştır. Restoran sahipleri, mutfak kültürünün turizmde kullanımını sadece yiyeceklerin kullanımı olarak anlamaktadır. Yiyeceklerin yetiştirme, yemeklerin pişirilme, tüketilme ve yöre insanı için ifade ettiği anlamlar gibi bağlamlara yer verilmemekte, bu nedenle sadece para kazanma üzerine kurulu bir turizm anlayışı bölgeye hâkim olmaktadır. Bu olumsuz durumun oluşmasında yapılan akademik çalışmalarda da yukarıda bahsedilen bağlamların göz ardı edilmesinin payı olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmada, mutfak kültürünün sahip olduğu önemin sadece yiyeceklerden kaynaklanmadığı, yemeklerin hazırlanma, pişirilme, tüketilme süreçleri ve bu süreçlerde ortaya çıkan her türlü halk bilimsel (folklorik) değerlerin de kültür turizmi açısından önem taşıdığı vurgulanmıştır. Yemek kültürünün turizmde kullanımı konusunda yukarıda sayılan bağlamlar, o ürünü tüketmekten alınacak haz ve deneyimi derinleştirebilme, anlam katabilme potansiyeline sahiptir. Ayder’de faaliyet gösteren restoran sahiplerinin bu konuda bilgilendirilmesi, Türkiye’den ve dünyadan başarılı örnek uygulamalar anlatılarak bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

Talep yönüyle incelendiğinde, mutfak kültürünün bir turizm ürünü olarak kullanımının önündeki sorunlar; seyahat acenteleri ve bölgeyi ziyaret eden turist profilinden kaynaklanan sorunlar olarak iki gruba ayrılmaktadır. Seyahat acentelerine bağlı sorun, acentelerin müşteri götürmek için restoranlardan yüksek oranlarda komisyon istemesinden kaynaklanmaktadır. Talep edilen yüksek komisyon oranlarının karşılanabilmesi için işletmeler de yemek fiyatlarını yüksek tutmaktadırlar. Özelde restoran işletmeleri, genelde ise bölgede faaliyet gösteren turizm işletmeleri, iş yapabilmek için acentelere muhtaç oldukları gibi bir algı içerisindeyler. Bu algının oluşmasında, her yıl yenileri açılan restoranların, acentelerle yaptıkları anlaşmalar sayesinde iş yapabilmeleri etkilidir. Böylece, bölgedeki restoran sayısı plansız bir biçimde artış göstermektedir. Bu sorunun; acente bağımlılığının azaltılması, alternatif acente sayısının artırılması ve bölge işletmelerinin bir mesleki birlik çatısı altında örgütlenmeleri gibi yöntemlerle çözülebileceği düşünülmektedir. Meslek örgütülüğünün sağlanması ve denetim mekanizmalarının bu örgütler aracılığı ile çalıştırılması, katılımcıların belirttikleri ruhsatsız işletmeler sorununun da çözülebilmesine katkı sağlayacaktır.

Talep yönlü sorunlardan ikincisi turist profilinden kaynaklanan sorunlar olarak tespit edilmiştir. Görüşme bulgularına göre, işletme sahipleri, turistlerin genel olarak yöresel yemeklere ilgi duyduklarını ifade etmektedirler. Ancak ilgi duyulan yemekler, Ayder’in yöresel yemekleri değil, Karadeniz Bölgesi’nin en bilinen yemekleridir. Bu noktadan hareketle, bölgeye giden turistlerin Karadeniz ile ilgili en çok bilinen yemekler dışında yöresel yemekler hakkında bilgi sahibi olmadıkları, en azından bu tür yemekleri talep etmedikleri sonucu çıkmaktadır. Karadeniz turuna çıkan yerli turist profilinin araştırıldığı bir çalışmada (Çokişler ve Türker, 2015: 46) Karadeniz Bölgesi’nin tercih edilme nedenleri arasında ‘fiyat’ %93,6’lık oranla ilk sırada yer alırken, ‘kültür’ %3,3’lük oranla yedinci ve son sırada yer almıştır. Bu oranlar yukarıdaki yorumu destekler niteliktedir. Bilindiği

üzere, kültürel amaçlarla seyahat eden turistler, kültürel değerlere daha fazla para harcama eğilimindedir. Bu veriler ışığında, Ayder yöresinde mutfak kültürünün turizmde etkin kullanımının önündeki bir engelin de, bölgeyi ziyaret eden turist profilinin düşük beklentilerinden kaynaklandığı öne sürülebilir.

Turist profilinin araştırma konusu üzerindeki bir diğer etkisi, farklı damak tadına sahip turistlerin turistik ürün olarak sunulan yiyecekleri etkileme gücünde görülmüştür. Görüşme sonuçlarına göre, Ortadoğu ülkeleri ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nden Ayder’e giden turistler, bölgenin yöresel yemeklerini kendi damak tatlarına uygun bulmamakta ve alışık oldukları yiyecekleri aramaktadırlar. Bu durum, yörenin kültüründe önemli bir yer tutmayan et yemeklerinin açık arayla menülerde en çok yer verilen yiyecek türü olması sonucunu doğurmaktadır. ‘Karides’ ve ‘ahtapot’ gibi deniz ürünlerinin menülerde yer alması da aynı durumla açıklanabilir. Bu tarz değişimler turizmin yöresel değerler üzerindeki değiştirici/olumsuz etkilerine örnektir.

Menülerin incelenmesi ile turizmin canlandırıcı/olumlu etkisi için de örnekler bulmak mümkündür. Araştırma bulgularında yer almamakla birlikte, görüşmeler sırasında yapılan gözlemlere göre, ‘gelin ketesi’ gibi yöreye has bir yiyecek fırınlarda satışa sunulmaktadır. Eskiden sadece düğünlerde yapılan, bu nedenle de ‘gelin ketesi’ olarak adlandırılan bu yiyecek, artık her gün yapılmaya başlanmıştır. Böylece artık unutulmaya başlanmış bir kültürel değer, yeniden canlanma eğilimi göstermektedir. Görüldüğü üzere, turizmin olumlu ve olumsuz etkileri aynı anda ortaya çıkmaktadır. Bu durumda, konuyla ilgili tüm paydaşlara düşen görev, geçmişte yaşanan hatalardan ders çıkararak planlı ve bilinçli bir turizm anlayışının bölgede yerleşmesini sağlamak olmalıdır. Aksi halde Ayder, Akdeniz sahillerinde yaşanan kültürel yozlaşmanın bir benzerini yaşama tehlikesi ile karşı karşıya kalabilecektir. Bu nedenle planlı ve bilinçli bir turizm politikasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Ayder yöresi mutfak kültürünün bir turistik ürün olarak daha bilinçli ve etkin kullanımı için şu öneriler getirilebilir:

a) Ayder’in bulunduğu Doğu Karadeniz, insan yaşamını güçleştiren bir coğrafyadır ve yemek yapımında kullanılacak kısıtlı kaynak sunmaktadır. Böyle bir ortamda insanların karınlarına doyurabilmek için buldukları her çözüm kültür turizmi açısından son derece önemlidir. İnsan-doğa etkileşimini görmek ve deneyimlemek için gezen kültür turistleri açısından Ayder mutfak kültürü son derece zengindir. Bu nedenle, restoran sahibi ve çalışanlarına yemek kültürünün turizmde daha bilinçli şekilde nasıl kullanılabileceği anlatılmalıdır.

b) Günümüzde bölgeyi ziyaret eden turistler, ne kadar ilgili olurlarsa olsunlar, yemek kültürünü daha yakından tanımak imkânından yoksundurlar. Bu nedenle Ayder’e bir mutfak müzesi kurulabilir. Bu müzenin geleneksel görünümlü bir ev içinde olması ve mutfağın ev içindeki konumunu da göstermesi önemlidir. Bu sayede mutfağın sosyal yaşam içindeki yerini de vurgulamak mümkün hale gelebilecektir. Bölgenin yemek kültürünü tanıtmının bir diğer yolu ise, yöresel yemek tariflerinin

ve coğrafya insan etkileşiminin yemek kültürünü ne şekilde etkilediğinin anlatıldığı çeşitli kitap ve belgesellerin hazırlanması olabilir. Böylece hem bilgiye ulaşım kolaylaşacak, hem de bilginin daha kolay dolaşımı sağlanabilecektir. Böyle bir müzenin varlığı seyahat acentelerini ve tur rehberlerini de etkileyecek ve yemek kültürüne turlarda daha farklı şekillerde yer verebilmelerinin önünü açabilecektir.

c) Bölgenin geleneksel mutfak kültüründe önemli bir paya sahip olmasına rağmen, süt ürünleri turizmde yeterince kullanılamamaktadır. Oysa, Doğu Karadeniz geleneksel yaşamı içinde yaylacılık ve sonunda elde edilen süt ürünlerinin yeri büyüktür. Süt ürünlerinin turizmde daha etkin kullanılabilmesi için, benzerleri Fransa ve İsviçre Alp'lerinde yapılan, peynir yapımının anlatıldığı ve üreticinin elindeki az miktarda peynirin yüksek fiyatlardan satın alındığı turların Kaçkar Dağları'nda yapılma koşulları aranabilir. İsviçre'nin 'fondü' isimli erimiş peynirden ibaret yemeği ya da Fransa'nın peynir kızartması gibi yiyecekleri yöre mutfağında bilinmemesine rağmen, benzer yemeklerin en az bir restoranda sunulması, peynir üretiminin dolayısıyla hayvancılığın ve bitme noktasına gelmiş olan yaylacılık geleneğinin canlanmasına katkı sağlayabilir. Hazır mayaların bulunmadığı dönemlerde, peynirin mayalanma şekli, kültür turizmi açısından tek başına önemli bir değerdir. Henüz süttten kesilmemiş bir buzağının işkembesinin kurutulması ile elde edilen doğal maya ile peynir hazırlama yöntemi, günümüzde çok azalmış olmakla birlikte bölgede hâlâ görülen bir uygulamadır. Bu şekilde mayalanmış peynirler, yukarıda önerilen tarzdaki peynir yapımının gösterildiği yüksek yayla turları için önemli bir turistik ürün olma potansiyeline sahiptir.

d) Karadeniz Bölgesi'nin en çok bilinen ve en çok talep edilen yemeği 'muhlama'dır. Her yerde bulunabilen az sayıdaki malzeme ile (mısır unu, tereyağı, peynir) yapılabilen kolay bir yemek olması ve mısır ekmeği ile birlikte bölge mutfağını temsil etme gücüne sahip olan yiyeceklerden biri olması nedeniyle bu yemekten daha fazla yararlanma yolları aranmalıdır. Örneğin, restoran mutfaklarının bir bölümünün bu amaçla düzenlenmesi durumunda, muhlama yapımı kolaylıkla turistlere gösterilebilir ve denetilebilir. Aynı şekilde, mısır unu, tereyağı ve baldan hazırlanan 'Hemşin helvası'nın yapımı da gösterilebilir. Bu sayede, hem turist eşsiz bir deneyim yaşamış olacak hem de pişirdiği yemek tarifini kendi şehrinde/ülkesinde deneyerek yöresel yemeklerin bilinirliğine katkı sağlayacaktır.

e) Yemeklerin Ayder'de yöresel malzemeler ve usullerle pişirilmesi, bölgede üretilen ürünlere olan talebi artırma potansiyeline sahiptir. Böylece, kullanılan malzemelerin hem restoranlar hem de turistlerden göreceği talep artabilecektir. Restoranda pişen yemeğin malzemesini satın almak isteyen turistte, bu imkânı sunmanın yolları araştırılmalıdır. Bu amaçla, özellikle 'karalahana' uygundur. Asma yapraklarından yapılan sarma tüm Türkiye'de bilinmekte ve sevilmektedir. Bu nedenle karalahana sarması da ilgi görme potansiyeline sahiptir. Karalahana yapraklarının, bazı yeşil yapraklı ürünlerin marketlerde satıldığı gibi vakumlu poşetlerde satışa sunulması düşünülebilir.

f) Doğal ve organik ürünler, günümüz dünyasında gün geçtikçe daha çok talep edilmeye başlanan ürünler haline gelmiştir. Karadeniz Bölgesi mutfağında bu tür ürünlerin daha fazla vurgulanması, yerli ve yabancı turistlerin bölgenin yemek kültürüne olan ilgisini artırma potansiyeline sahip olabilir.

g) Adana Kebabı, Kayseri Mantısı, Edirne Tava Ciğeri gibi coğrafi işaretle tescil edilmiş ürün sayısının artırılması da bölgenin mutfak kültürüne olan turistik talebi olumlu etkileme potansiyeline sahiptir. Bu nedenle, Doğu Karadeniz’de yer alan yerleşimlere tescillenmiş ürün sayısının artırılması önerilebilir.

Bu alanda ileride yapılacak çalışmalarda, araştırma konusu, talep yönlü olarak ele alınarak konunun daha net anlaşılması sağlanabilir. Turizme konu olan farklı kültürel değerlerin turizm nedeniyle geçirmiş oldukları değişimler incelenebilir. Söz konusu değişimlerin olumlu ve olumsuz yönlerinin tespit edilerek olumlu değişimlerin artırılması, olumsuz değişimlerden ise kültürün korunması yönünde öneriler geliştirilmesi ile literatüre katkı sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- AK, Orhan Naci (1996), “Çaycılık ve Sosyal Hayatımızdaki Değişmeler”, *Yiyeceklerimizin Doğal ve Kültürel Çevresi Işığında Rize Mutfağı*, Rize: Rize Halk Eğitim Merkez Müdürlüğü Yayınları 4, ss. 45-47.
- AKOĞLAN KOZAK Meryem - Sadık BAHÇE (2009), *Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- AKTAŞ, Semra - Orhan BATMAN (2010), “Efsanelerin Turistik Çekicilik Üzerine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerine Yönelik Bir Araştırma”, *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5 (4), ss. 367-395.
- ASLAN, Zeynep - Ebru GÜNEREN - Gamze ÇOBAN (2014), “Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (4), ss. 3-13.
- BEZİRGAN, Muammer - Fatih KOÇ (2014), “Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (34), ss. 917-928.
- CÖMERT, Menekşe (2014), “Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği”, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (1), ss. 64-70.
- ÇOKIŞLER, Nazım - Ali TÜRKER (2015), “Doğu Karadeniz Bölgesinin Yerli Turist Profili ve Pazar Bölümlendirmede Kullanımı”, *Karadeniz Araştırmaları*, 44, ss. 33-57.
- ÇOKIŞLER, Nazım (2015), “Somut Olmayan Kültürel Mirasın Paket Turlarda Kullanımı Konusuna Seyahat Acentelerinin Bakış Açıları: Karadeniz Turları Örneği”, *I. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi*, 28-30 Mayıs 2015, ss. 606-616.

-
- EKİZ, Erdoğan H. - Nahit Erdem KÖKER (2012), “Destinasyon Tatmininin Belirleyicileri: Kuzey Kıbrıs Turk Cumhuriyeti’ni Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Algılamaları”, *Global Media Journal*, 2 (4), ss. 43-60.
- GÜNEŞ, Gül - Halil İbrahim ÜLKER - Gülçin KARAKOÇ (2008), “Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi”, **II. Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler**, 10-11 Nisan, Antalya.
- GÜVENÇ, Bozkurt (1985). *Kültür Konusu ve Sorunlarımız*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- KIZILIRMAK, İsmail - Aslı ALBAYRAK - Sema KÜÇÜKALİ (2014), “Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi (IJSES)*, 4 (1), ss.75-83.
- KOZAK, Nazmi - Meryem A. KOZAK - Metin KOZAK (2008), *Genel Turizm İlkeler -Kavramlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- OLALI, Hasan - Alp TİMUR (1988), *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti., İzmir.
- RICHARDS, Greg. (1996), “The Social Context of Cultural Tourism”, iç. Greg Richards (Ed.), *Cultural Tourism in Europe*, United Kingdom: CAB International Wallingford, pp. 39-54.
- USAL, Alparslan - Saime ORAL (2001), *Turizm Pazarlaması*, İzmir: Kanyılmaz Matbaası.



GÜMÜŞHANE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ ELEKTRONİK DERGİSİ

Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi yılda en az iki kez yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergimizde yayınlanması arzu edilen çalışmaların aşağıda belirtilen yazım kurallarına ve diğer koşullara uygun bir şekilde hazırlanarak dergimiz sayfasında yer alan "Makale Gönder" kısmından sisteme yüklenmesi gerekmektedir. Yayınlanmak üzere dergimize gönderilen çalışmaların tüm sorumlulukları yazarlara aittir.

1. Yayınlanmak üzere dergiye gönderilen yazılar daha önce yayınlanmamış ya da yayınlanmak üzere başka bir yere gönderilmemiş olmalıdır.
2. Dergimizde Türkçe ve İngilizce dillerinden herhangi biri ile yazılmış yazılar yayınlanır.
3. Yazının ilk sayfası kapak sayfası olmalıdır. Kapak sayfasında yazar (lar)ın Adı-Soyadı, Kurum Adresi, Telefon, E-posta bilgileri yer almalıdır. (Yayınlanmaya hak kazanan yazılarda bu bilgiler ana başlık altında sağa yaslı olarak verilen isimlere dipnot eklenmek suretiyle verilmelidir)
4. İkinci Sayfadan itibaren yazılarda metnin başında Türkçe özet ile altında İngilizce başlık ve Abstract verilmelidir. Türkçe özet 9 punto ile yazılmış ve 150 kelimeyi aşmayacak şekilde olmalıdır. "ÖZ" başlığı (9 punto) ortalanarak **bold** yazılmalıdır. İngilizce Abstract Türkçe özetin tam karşılığı olmalı "ABSTRACT" başlığı (9 punto) ortalanarak **bold** yazılmalıdır. Metin dili yabancı dilde olan çalışmalarda yabancı dildeki özetin altında Türkçe özet yer almalıdır. Özeti altında, çalışmanın alanını tanımlayabilecek en az üç en fazla beş adet "anahtar kelime" (keywords) bulunmalıdır. Özette denklem, atıf, standart dışı kısaltmalar, vb. yer almamalıdır.
5. Keywords'ün altında Ekonomi literatürü ile ilgili makaleler için mutlaka en az 3 adet **JEL (Journal of Economic Literature) Kod Sınıflandırması** kodları bulunmalıdır.
6. Yazılar, MS Word 97 veya üzeri sürümlerde A4 kağıdı boyutunda, "Times New Roman" yazı stili, 1.5 satır aralığı ve (11) punto ile yazılmalıdır. Paragraflarda ilk satır girintisi 1.25 cm olmalıdır. Paragraf geçişlerinde satır atlanmamalıdır.
7. Çalışmanın Türkçe ve İngilizce ana başlıkları ortada olacak şekilde, büyük harflerle **bold** ve (11) punto ile yazılmalıdır. İlk sayfada ayrıca, dipnot olarak çalışmayı destekleyen kuruluşlar, hangi tezden türetildiği, hangi sempozyumda daha önce sunulduğu ya da hangi proje kapsamında desteklendiği gibi bilgiler de mutlaka belirtilmelidir.
8. Yazı, çizim veya grafiklerin yazım alanı içinde olmalarına dikkat edilmelidir. Yazılarda sayfa kenar boşlukları şu şekilde olmalıdır:
9. Sayfa kenar boşlukları şu şekilde ayarlanmalıdır.

Üst ve Sol	: 3 cm	Üstbilgi	: 1 cm
Alt ve Sağ	: 2 cm	Altbilgi	: 1 cm

10. Çalışma, şekil, ekler ve tablolar dahil 25 sayfayı geçmemelidir.

11. Yazılardaki resim ve şekiller "Şekil" adı altında gösterilmeli; şekil ve grafikler bilgisayar ortamında çizilmelidir. Tablo, şekil ve grafiklere sıra numarası verilmeli, başlıklar tabloların **üzerine**, şekillerin ve grafiklerin ise **altına** her sözcüğün ilk harfi büyük olacak şekilde ve ortalananarak **bold** karakterler ile yazılmalıdır. İhtiyaç halinde tablo için karakter büyüklüğü minimum 9 puntoya kadar düşürülebilir. Ayrıca tablo ve şekillere ait kaynaklar, alt tarafta 9 punto ile verilmelidir.

12. Sayfaların altına (sağa yaslı olarak) sayfa numarası konmalıdır.

13. Yazılar, Giriş bölümü ile ikinci sayfadan başlamalı ve uygun bölümlere ayrılmalıdır. **GİRİŞ**, **SONUÇ VE DEĞERLENDİRME** ve **KAYNAKÇA** başlıklarına numara verilmemelidir. Yazıda yer alan birinci derece alt başlıklar I,II, III, ... gibi Romen rakamlarıyla sınıflandırılmalı, tamamen büyük koyu harflerle ve paragraf ile hizalı bir şekilde yazılmalıdır. İkinci derece alt başlıklar A,B,C, ... gibi büyük harflerle sınıflandırılmalıdır. Bu başlıklar her sözcüğün ilk harfi büyük olacak şekilde koyu harflerle ve paragraf ile hizalı bir şekilde yazılmalıdır. Üçüncü derece alt başlıklar 1, 2, 3, ...gibi rakamlarla sınıflandırılmalıdır. Bu tür başlıklar her sözcüğün ilk harfi büyük olacak şekilde, koyu ve paragraf ile hizalı yazılmalıdır. Dördüncü derece alt başlıklar ise a, b, c, ... gibi küçük harflerle sınıflandırılmalıdır. Dördüncü derece alt başlıklar küçük harflerle, koyu ve paragraf ile hizalı yazılmalıdır. Birinci ve İkinci derece başlıklardan önce 1 (Bir) satır boşluk bırakılmalı, Üçüncü ve Dördüncü derece başlıklardan önce boşluk bırakılmamalıdır.

14. Kaynaklara yapılan atıflar, dipnotlar yerine metnin içinde parantez arasında yapılmalıdır. Parantez içinde sırasıyla yazar(lar)ın soyadı, kaynağın yılı: sayfa numarası yer almalıdır. (Aaker, 1991: 101). Birden çok kaynak noktalı virgül ile ayrılmalı, 3 veya daha çok yazar isimli bildirimlerde "vd" kısaltması kullanılmalıdır. Eğer, yazarın aynı yıl içinde yayınlanmış birden fazla eserine atıf yapılıyorsa, yıllar harfler ile farklılaştırılmalıdır. Yapılacak atıf bir internet sitesinden alınmışsa ve atfın yazarı belli değil ise, parantez içerisindeki ifadeler şu şekilde sıralanmalıdır

15. Yabancı dilde yazılan makalelerdeki atıflarda kullanılan bağlaçlar, metin dili ile uyumlu olmalıdır. Kaynağa yapılan atıf dışında, yapılacak açıklamalar, "Notlar" başlığı altında yazının sonunda ayrı bir sayfada verilmelidir.

16. Metin içerisinde atıfta bulunulan kaynaklar, eğer varsa notlardan sonra ayrı bir sayfada "**KAYNAKÇA**" başlığı altında alfabetik sıraya göre verilmelidir. Kaynakçada yer alan eserler kitap, makale vb. şekilde sınıflandırılmamalıdır. Kaynakça başlığı paragraf başı yapılmadan tamamen büyük harflerle **bold** yazılmalıdır. Yazar soyadlarının gösteriminde tamamen büyük harf kullanılmalı ve yazar isimleri açık bir şekilde belirtilmelidir. Her kaynağın **ikinci ve diğer satırları** 1,25 cm içerden başlamalıdır.

METİN İÇİ ATIF & KAYNAKÇADA GÖSTERİM

KİTAPLARDA	
Tek yazarlı	
Metin	... (Aaker, 1991: 12).
Kaynakça	AAKER, David A. (1991), <i>Managing Brand Equity</i> , New York: The Free Press.
2 yazarlı	
Metin	... (Nunnally ve Bernstein, 1994: 24).
Kaynakça	NUNNALLY, Jum C. - Ira H. BERNSTEIN (1994), <i>Psychometric Theory</i> , Third Edition, New York: McGraw-Hill.
3 ve daha fazla yazarlı	
Metin	... (Friedman vd., 2004: 196).
Kaynakça	FRIEDMAN, Daniel - Dan DRIEDMAN - Alessandra CASSAR (2004), <i>Economics Lab: An Introduction to Experimental Economics</i> , United Kingdom: Routledge.
MAKALELERDE	
Tek yazarlı	
Metin	... (Marion, 1999: 476).
Kaynakça	MARION, Nancy P. (1999), "Some Parallels Between Currency and Banking Crises", <i>International Tax and Public Finance</i> , 6 (4), pp.473-490.
2 yazarlı	
Metin	... (Craig ve Douglas, 2000: 354).
Kaynakça	CRAIG, C. Samuel - Susan P. DOUGLAS (2000), "Building Global Brands in The 21 st Century", <i>Japan and The World Economy</i> , 12(3), pp.351-359.
3 ve daha fazla yazarlı	
Metin	... (Cengiz vd., 2005: 132).
Kaynakça	CENGİZ, Ekrem - Hasan AYYILDIZ - Fazıl KIRKBİR (2005), "Yeni Ürün Geliştirme Sürecinin Başarısında Etkili Olan Faktörler", <i>Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi</i> , 24, ss.128-147.
ÇEVİRİ KİTAPLARDA	
Metin	... (Perry ve Wisnom, 2004: 26).
Kaynakça	PERRY, Alycia - David WISNOM (2004), <i>Markanın DNA'sı</i> , Çev: Zeynep Yılmaz, Birinci Baskı, İstanbul: MediaCat Kitapları, 167.
DERLEMELERDE	

Metin	... (Methibay, 2003: 145).
Kaynakça	METHİBAY, Yaşar (2003), “Avrupa Birliğinde İhale Sistemi ve GATT İhale Kodu”, iç. Binnur ÇELİK ve Fatih SARAÇOĞLU (Ed.), <i>Maliye Seçme Yazıları</i> , Ankara: Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesini Geliştirme Vakfı Yayını, ss. 125-142.
BİLDİRİLERDE	
Metin	... (Pınar, 2005: 258).
Kaynakça	PINAR, Abuzer (2005), “Türkiye’de Net Mali Yansıma: DİE Hanehalkı Verileri İle Bir Tahmin Denemesi”, <i>20. Türkiye Maliye Sempozyumu</i> , 23-27 Mayıs, Denizli, ss. 245-283.
TEZ VE RAPORLARDA	
Metin	... (Yıldız, 2007: 61). ... (Ramalho, 2013: 43).
Kaynakça	YILDIZ, Salih (2007), <i>Tüketici Tercihlerinde Marka Değerini Belirlemeye Yönelik Bir Model Önerisi: Trabzon Örneği</i> , Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trabzon. RAMALHO, Palma (2013), <i>Portuguese Labour Law and Industrial Relations During the Crisis</i> , International Labour Office Working Paper No. 54, November, Geneva.
İNTERNET KAYNAKLARINDA	
Metin(Acemoglu ve Johnson, 2006: 16)(www.rekabet.gov.tr, 2007).(Hazine Müsteşarlığı, 2006).
Kaynakça	ACEMOGLU, Daron - Simon JOHNSON; (2006), <i>Disease and Development: The Effect of Life Expectancy on Economic Growth</i> , http://www.nber.org/papers/w12269 , (06.06.2006). REKABET KURUMU, “Giriş Regülasyonları”, http://www.rekabet.gov.tr , (12.02.2005). HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI (2006), <i>Kamu Borç Yönetimi Raporu</i> , http://www.hazine.gov.tr/duyuru/basin_KBYR.Mayis06.pdf , (06.06.2006).
Yukarıdaki formatta olmayan çalışmalar içerik açısından <u>KESİNLİKLE</u> değerlendirilmeye alınmayacak ve editör tarafından yazara iade edilecektir.	

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

- 1.) Sürdürülebilirlik Kapsamında Termal Otel İşletmelerinde Atık Yönetimi
Uygulamaları: Sandıklı Örneği / *Waste Management Practices in Thermal
Hotel Enterprises in The Scope of Sustainability: A Case of Sandıklı*
Ahmet Baytok, Elbeyi Pelit, Faruk Gökçe, Yusuf Gökçe 1-11
- 2.) Turistik Ürünlerin Pazarlanması: Innsbruck ve Gümüşhane Şehirlerinin
Karşılaştırmalı Bir Analizi / *Marketing of Touristic Products: A Comparative
Analysis Between City of Innsbruck and Gümüşhane*
Bilal Yalçın..... 12-24
- 3.) Yönetimsel Bir Olgu Olarak Sürdürülebilir Turizm: Fethiye'deki Yerel Yönetim
ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri / *Sustainable Tourism as A Phenomenon
of Management: The Opinions of Local Government and NGOs in Fethiye*
Cemal Artun, Onur Akbulut 25-38
- 4.) Sürdürülebilir Turizm Mi? Turizmde Sürdürülebilirlik Mi? Kavramsal Bir
Tartışma / *Sustainable Tourism? or Sustainability in Tourism? A Conceptual
Discussion*
Elbeyi Pelit, Ahmet Baytok, H. Hüseyin Soybalı..... 39-58
- 5.) Festivallerin Katılan Ziyaretçiler Üzerine Etkileri: Alaçatı Ot Festivali Örneği /
The Effects of Festivals on Festival Visitors: The Case of Alacati Herb Festival
Esin Özkan, Samet Can Curkan, Engin Can Sarak..... 59-68
- 6.) Ekoturizm Kapsamında Seyahat Eden Tüketicilerin Çevreye Duyarlı
Davranışlarının İncelenmesi: Ayder Örneği / *Examining Environmentally Responsible
Behaviors of Customer Who Travel in The Context of Ecotourism: An Ayder Example*
Evren Güçer, Üzeyir Kement 69-82
- 7.) Otel İşletmeleri ve Seyahat Acentaları Yöneticilerinin Sürdürülebilir Turizme Bakış
Açısı: Bir Alan Araştırması / *Sustainable Tourism Perspective of Hotel Business
and Travel Agency Manager: A Field Research*
Gürkan Alagöz, Erkan Güneş, Abdullah Uslu..... 83-98
- 8.) Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Alternatif Konaklama İşletmelerinin Kullanılması:
Yayla Evleri Örneği / *Usage of Alternative Lodging Businesses in The Context of
Sustainable Tourism: The Case of Mountain Houses*
İsmail Kızıllırmak, İbrahim Çifçi, Fazıl Kaya 99-109
- 9.) Doğu Karadeniz Bölgesindeki Otel Misafirlerinin Seyahat E-Yorumlarına Yönelik
Bir İçerik Çözümlemesi / *Content Analysis of Online Travel Reviews on Eastern
Black Sea Region's Hotel Businesses*
İsmail Kızıllırmak, Zaid Alrawadieh, Sabina Aghayeva 110-121
- 10.) Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi:
Ayder Turizm Merkezi Örneği / *The Efficiency Analysis of The Use of Cuisine
Culture As Tourism Product: The Case of Ayder Tourism Center*
Nazım Çoşşler, Ali Türker 122-136