

Sürdürülebilir Turizm: Bir Alan Araştırmasının Sonuçları

Sevgin AKIŞ

Işık Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

ÖZ

Sürdürülebilir turizm kavramı son 20 yıldır yaygın olarak tartışılmakla birlikte, uygulamada bu konuda fazla bir yol alındığı söylenemez. Bu durumun başlıca nedenlerinden biri de, özellikle kalkınma çabasındaki az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından, turizmin ekonomik yönünün ağır basmasıdır. Bu makalede, 1999 yılında İstanbul'da toplam 500 kişi ile yapılan bir anket çalışmasının sonuçları verilmektedir. Deneklerin yarısının turizm sektöründen, diğer yarısının ise sektör dışından rassal örneklemeyle seçildiği araştırmanın temel hipotezine göre, hem turizm sektöründe çalışanlar hem de sektör dışındakiler, turizmin gelişiminin doğal ve insan yapısı çevrede yarattığı olumsuz etkilerin bilincindedirler. Ancak turizmden sağlanan ekonomik faydalar daima ön planda olduğundan, turizmin yaygınlaşmasının yol açtığı çevresel sorunları denetim altına almak için çaba harcamamaktadırlar. Araştırmanın bulguları hipotezini doğrular niteliktedir.

Anahtar sözcükler: Turizm Sosyolojisi, Turizmin Toplumsal Etkileri, Sosyal Yapı, Türkiye.

GİRİŞ

Günümüzde bütün ülkeleri yakından ilgilendiren ekonomik, toplumsal ve ekolojik bir olay olan turizmin uluslararası bir boyut kazanmasına paralel olarak, beraberinde getirdiği sorunlar da gündeme gelmiş ve giderek daha kapsamlı bir biçimde tartışılmaya başlanmıştır. Turizm ile doğal, insan yapısı ve sosyo-kültürel kaynaklardan oluşan çevresel kaynaklar arasında çok yakın bir ilişki olduğundan, çevre korumacılığı turizmin sürekliliği açısından yaşamsal bir önem taşımaktadır. Ancak uluslararası turizmin gelişimi çevresel kaynaklar açısından değerlendirildiğinde, turizm faaliyetlerinin, özellikle kitle turizminin, bu kaynakları çoğu kez olumsuz yönde etkilediği görülmektedir. Bu çerçevede içerisinde son 20 yıldır hem akademisyenler arasında, hem de turizm sektöründe yaygın olarak tartışılan "sürdürülebilir turizm" ile hedeflenen, "sektörü besleyen doğal

çevre ve insan kaynaklarını olumsuz yönde etkilemeden, turizm kapasitesini ve turizm ürünlerinin kalitesini artırmak"tır (Cronin 1990: 13). Bu amaçla geliştirilen alternatif politika arayışları, turizmin gelişiminin yarattığı ekonomik, sosyal ve ekolojik etkilerin dengelenmesi gerektiğini vurgulayarak, kitle turizmini reddetmektedir. Ancak sürdürülebilir turizme yönelik olarak üretilen alternatif turizm politikalarının kitle turizminin sorunlarına çözüm olup olamayacağı halen tartışılmaktadır.

Konuyla ilgili literatür araştırması ve Türkiye'de turizmin gelişimiyle ilgili veriler göstermektedir ki, sanayileşmiş batılı ülkeler tarafından geliştirilen bir kavram olan sürdürülebilir turizmin, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından gerçekleştirilmesi çok zordur. Bunun nedeni sürdürülebilirlik kavramının kuramsal olarak tartışılmalı oluşunun yanı sıra, söz konusu ülkelerde ivedi çözüm bekleyen ekonomik sorunların, turizmden kaynaklanan

çevresel sorunlardan daha ağır basmasıdır. Bu noktadan hareketle, 1999 yılının Mayıs ve Haziran aylarında tarafımızdan İstanbul'da anket dağıtılarak bir alan araştırması yapılmıştır. Sürdürülebilirlik kavramının, turizmin doğal ve insan yapısı kaynaklardan oluşan "fiziksel çevre" ile uyumlu gelişimi olarak dar anlamda tanımlandığı araştırmanın temel hipotezi şöyledir: Türkiye'de hem turizm sektöründe çalışanlar hem de sektör dışındakiler sürdürülebilir turizmin öneminin farkında olmakla birlikte, özellikle sektörde çalışanların ekonomik beklentileri nedeniyle, turizm gelişiminin yarattığı çevresel sorunlar fazla dikkate alınmamaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEMİN ÖZELLİKLERİ

Turizm sektöründe çalışanların (geçimlerini bu sektörden sağlamalarından dolayı) genel olarak turizmin gelişiminden kaynaklanan sorunlara sektör dışındakilerden daha hoşgörülü yaklaşımları beklenmektedir. Dolayısıyla, araştırma için görüşleri alınan toplam 500 kişinin yarısı turizm sektöründen seçilirken, diğer yarısı sektör dışından seçilmiştir. İki grup arasında önemli bir görüş farkı olup olmadığını saptamak için, verilen yanıtlar istatistiksel yöntemler kullanılarak değerlendirilmiştir.

Her iki gruptaki denekler rassal örneklemeyle seçilmiştir. Turizm sektöründe çalışanların farklı alanlardan olmasını sağlayabilmek amacıyla Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'nin (TÜRSAB) yardımıyla seyahat acentelerine, Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB) kanalıyla otelcilere ve Turist Rehberleri Birliği (TUREB) aracılığıyla da rehberlere ulaşılmıştır.

Örnekleme hacmi belirlenirken % 95'lik bir güven aralığı esas alınmıştır. Ayrıca, turizmin gelişimini genelde olumlu olarak değerlendiren kişilerin toplam nüfus içindeki oranını bilmek mümkün olmadığından, kuramsal olarak ankete katılanların yarısının turizme olumlu, diğer yarısının ise olumsuz baktığı, yani sapmanın maksimum olduğu kabul edilmiştir. Bu varsayımlar altında 500 kişilik bir örnek kitle seçildiğinde, hata payı % 4,38 olmaktadır ki, bu kabul edilebilir bir örnekleme hatasıdır (Babbie, 1989).

Dağıtılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır: Birinci bölümde Türkiye'ye yönelik turizm talebinin nedenleri, turizmin sorunları, ekonomik ve çevresel etkileri gibi konularda katılımcıların görüşleri alınmıştır. İkinci bölümdeki sorular sürdürülebilir turizm konusundadır. Üçüncü bölümde ise ankete katılanların cinsiyetini, yaşını ve eğitim seviyesini saptamaya yönelik demografik sorular sorulmuştur.

Üçüncü bölümde verilen yanıtlar değerlendirildiğinde, örneklemin bileşimi şöyle özetlenebilir: Ankete katılanların yarısı kadın (251 kişi), diğer yarısı ise erkektir (249 kişi). Yaş grupları açısından bakıldığında, % 40'ının 20-29, % 31'inin 30-39, % 18'inin ise 40-49 yaş grubunda olduğu görülmektedir. Geri kalan % 11'i ise 19 yaş ve altındakiler ile 50 yaş ve üzerindeki oluşturmuştur. Eğitim düzeyleri açısından değerlendirildiğinde, % 39 ile üniversite mezunları en kalabalık grubu oluştururken, lise mezunlarının oranı % 26, iki yıllık yüksek okul mezunlarının oranı % 15'tir. Yüksek lisans veya doktora derecesine sahip olanlar (% 11,5) ile ortaokul ve ilkokul mezunları (% 8,5) azınlıktadır.

ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Anket formunda yer alan ilk soruda ankete katılanlardan Türkiye'nin turistler tarafından tercih edilmesindeki en önemli üç faktörü sıralayarak tahmin etmeleri istenmiştir. Tablo 1, 2 ve 3 her iki grup tarafından verilen yanıtları göstermektedir. Özetle söylemek gerekirse, turizm sektöründe çalışanların % 34,4'üne göre en önemli tercih nedeni ucuzluk, % 31,6'sına göre tarihi ve arkeolojik zenginliklerdir. Sektör dışındakilerin ise % 33,2'si en önemli tercih nedeninin tarihi ve arkeolojik zenginlikler olduğunu söylerken, % 28,8'si ucuzluk olduğunu düşünmektedir. Yine sektörde çalışanların % 28,8'ine göre ikinci önemli tercih nedeni tarihi ve arkeolojik zenginlikler, % 27,2'sine göre ise deniz, güneş ve kum üçlüsüdür. Üçüncü önemli tercih nedeni olarak deniz, güneş ve kum üçlüsünü gösterenler % 25,6, ucuzluk diyenler % 21,6'dır. Benzer şekilde, turizm sektöründe çalışmayanların %35,2'si doğal güzelliklerin, % 25,6'sı ise tarihi ve arkeolojik zenginliklerin ikinci önemli tercih nedeni olduğunu düşünmektedir. Üçüncü sırada % 25,2 ile deniz, güneş ve kum üçlüsü, %23,2 ile tarihi ve arkeolojik zenginlikler yer almaktadır.

Her üç tablodan elde edilen oranlar Mann-Whitney U testi ile %10 önemlilik düzeyinde birer birer sırandığında (test sonuçları tabloların altında verilmiştir), her iki grubun aynı ana kitleye ait olduğunu söyleyen sıfır hipotezi (H₀) kabul edilmektedir. Başka bir deyişle, ankete katılanların turizm sektöründe çalışması veya sektör dışından olması verilen yanıtları değiştirmemektedir. Dolayısıyla, her iki grubun da değerlendirmelerine göre, tarihi / arkeolojik ve doğal güzellikler açısından zengin ve aynı zamanda ucuz bir ülke olan Türkiye, "deniz, güneş ve kum" üçlüsünü seven turistler tarafından da tercih edilmektedir. Bu durum Türkiye'nin kitle turizmine yönelik ucuz bir ülke olduğunun, gerek turizmde çalış-

Tablo 1. Türkiye'nin Turistler Tarafından Tercih Edilmesinde Etkin Olan En Önemli Faktörlerin Dağılımı

GÖRÜŞ MESLEK	UCUZLUK		TARİHİ VE ARKEOLOJİK ZENGİNLİK		DOĞAL GÜZELLİKLER		DENİZ, GÜNEŞ, KUM		HALIKIN MİSAFİRPERVERLİĞİ		DİĞER NEDENLER		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Turizmle ilgili	86	34,4	79	31,6	41	16,4	37	14,8	5	2,0	2	0,1	250	100,0
Turizmle ilgili değil	72	28,8	83	33,2	41	16,4	48	19,2	6	2,4	-	-	250	100,0
TOPLAM	158	31,6	162	32,4	82	16,4	85	17,0	11	2,2	2	0,0	500	100,0

(Hesaplanan U değeri = 17.5, P = .50)

şanlar gerekse sektör dışındakiler tarafından bilindiğini göstermektedir.

İkinci soruda ankete katılanlardan Türkiye turizminin en önemli üç sorununu sıralamaları istenmiş ve alınan yanıtlar Tablo 4, 5 ve 6'da gösterilmiştir. Bu tablolardan elde edilen genel sonuç şöyledir: Turizm sektöründe çalışanların % 62,4'üne ve sektör dışındakilerin % 39,6'sına göre turizmin en önemli sorunu pazarlama ve tanıtımdır. Terörü birinci derecede önemli bir sorun olarak görenlerin oranı sektörde çalışanlar arasında % 27,6 iken, sektör dışındakiler arasında bu oran % 26,8'dir. Çevre ve altyapı sorunları her iki grup için de daha çok ikinci ve üçüncü derecede önemli sorunlar olarak görülmektedir. Turizm sektöründe çalışanların % 21,6'sı çevre sorunlarını, % 24'ü ise altyapı sorunlarını ikinci önemli sorun olarak görürken; aynı grubun % 37,2'si çevre sorunlarını, % 28,4'ü de altyapı sorunlarını üçüncü önemli sorun olarak görmektedir. Bu oranlar sektör dışındakiler arasında da pek değişmemektedir. Çevre sorunları bu grubun % 26'sı için ikinci, % 26,4'ü için de turizmin üçüncü önemli sorunudur. Benzer şekilde altyapı sorunları aynı grubun % 26,4'ü tarafından

ikinci, % 29,6'sı tarafından üçüncü önemli sorun olarak görülmektedir.

İlk soruda olduğu gibi, elde edilen oranlar Mann-Whitney U testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınırdığında, her iki grubun aynı ana kitleye ait olduğunu söyleyen sıfır hipotezi (H_0) kabul edilmektedir. Diğer bir deyişle, her iki grubun konuyla ilgili görüşleri istatistiksel olarak birbirinden farklı değildir. Sonuç olarak tanıtım ve pazarlama konusunda yetersiz olan Türkiye'de, terör ve benzeri politik olayların uluslararası platformdaki olumsuz yansımalarının, yaratılan imaj olumsuz etkilediği ve dolayısıyla turizm talebinin düşmesine yol açtığı söylenebilir. 1991 yılındaki Körfez krizinde olduğu gibi, 1998 yılında tırmanan PKK terörü de Türkiye'nin uluslararası turizm pazarındaki satışını olumsuz yönde etkilemiştir. Ayrıca, elde edilen oranlar ankete katılanların çevre sorunlarının da bilincinde olduğunu göstermektedir.

Üçüncü olarak, ankete katılanların turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri konusundaki görüşlerini saptamak amacıyla, 10 ayrı cümle ile belirtilen değişik konularda "katılıyorum", "katılmıyom"

Tablo 2. Türkiye'nin Turistler Tarafından Tercih Edilmesinde Etkin Olan İkinci Derecede Önemli Olan Faktörlerin Dağılımı

GÖRÜŞ MESLEK	UCUZLUK		TARİHİ VE ARKEOLOJİK ZENGİNLİK		DOĞAL GÜZELLİKLER		DENİZ, GÜNEŞ, KUM		HALIKIN MİSAFİRPERVERLİĞİ		DİĞER NEDENLER		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Turizmle ilgili	34	13,6	72	28,8	65	26,0	68	27,2	9	3,6	2	0,0	250	100,0
Turizmle ilgili değil	28	11,2	64	25,6	88	35,2	59	23,6	11	4,4	-	-	250	100,0
TOPLAM	62	12,4	136	27,2	153	30,6	127	25,4	20	4,0	2	0,0	500	100,0

(Hesaplanan U değeri = 16, P = .409)

Tablo 3. Türkiye'nin Turistler Tarafından Tercih Edilmesinde Etkin Olan Üçüncü Derecede Önemli Olan Faktörlerin Dağılımı

GÖRÜŞ MESLEK	UCUZLUK		TARİHİ VE ARKEOLOJİK ZENGİNLİK		DOĞAL GÜZELLİKLER		DENİZ, GÜNEŞ, KUM		HALIKIN MİSAFİRPERVERLİĞİ		DİĞER NEDENLER		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Turizmle ilgili	54	21,6	56	22,4	42	16,8	64	25,6	31	12,4	3	1,2	250	100,0
Turizmle ilgili değil	49	19,6	58	23,2	46	18,4	63	25,2	33	13,2	1	0,0	250	100,0
TOPLAM	103	20,6	114	22,8	88	17,6	127	25,4	64	12,8	4	0,1	500	100,0

(Hesaplanan U değeri = 18, P = .531)

Tablo 4. Türkiye Turizminin En Önemli Sorunu ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

GÖRÜŞ MESLEK	PAZARLAMA&TANITIM SORUNLARI		ÇEVRE SORUNLARI		ALPYAPI SORUNLARI		TERÖR SORUNLARI		DİĞER SORUNLAR		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Turizmle ilgili	156	62,4	12	4,8	9	3,6	69	27,6	4	1,6	250	100,0
Turizmle ilgili değil	99	39,6	54	21,6	28	11,2	67	26,8	2	0,0	250	100,0
TOPLAM	255	51,0	66	13,2	37	7,4	136	27,2	6	1,2	500	100,0

(Hesaplanan U değeri = 12. P = .50)

Tablo 5. Türkiye Turizminin İkinci Önemli Sorunu ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

GÖRÜŞ MESLEK	PAZARLAMA&TANITIM SORUNLARI		ÇEVRE SORUNLARI		ALPYAPI SORUNLARI		TERÖR SORUNLARI		DİĞER SORUNLAR		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Turizmle ilgili	55	22,0	54	21,6	60	24,0	78	31,2	3	1,2	250	100,0
Turizmle ilgili değil	57	22,8	65	26,0	66	26,4	56	22,4	6	2,4	250	100,0
TOPLAM	112	22,4	119	23,8	126	25,2	134	26,8	9	1,8	500	100,0

(Hesaplanan U değeri = 10. P = .345)

rum” veya “tarafsızım” diyerek düşüncelerini ifade etmeleri istenmiştir.

Aşağıda birbiri ardınca 10 tabloda verilen görüşler ki-kare testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınıdığında, (Tablo 16’da verilen turistik işletmelerin plansız gelişiminin turistik bölgelerin doğal ve mimari yapısını bozduğu konusu hariç), her iki grubun verdiği yanıtlar arasında bir bağlantı olmadığını söyleyen sıfır hipotezi (H₀) reddedilmektedir. Başka bir deyişle, çalışılan sektörün turizm olup olmamasının görüşleri / yanıtları etkilediği ortaya çıkmaktadır. Beklenildiği gibi, genel olarak turizmin olumlu etkilerinin ağır bastığına, olumsuzlukların ise o denli önemli olmadığına inananların oranı turizm sektöründe çalışanlar arasında daha yüksektir. Bu durum sektörde çalışanlar için turizmin ekonomik faydalarının ön plana çıkmasıyla açıklanabilir. Tek tek incelendiğinde elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir:

Tablo 7’ye göre, sektör dışında çalışanların % 66,8’si, sektörde çalışanların ise % 72’si turizmin yurtdışında Türkiye’nin olumlu tanıtımını sağladığına inanmaktadır. Bu konuda karasız olanların oranı ise sektör dışında çalışanlarda % 19,6 iken, sektörde çalış-

şanlar için % 9,2’dir. Yukarıda da belirtildiği gibi, yapılan ki-kare testi sıfır hipotezini (H₀) reddettiğinden, turizmin ülkemizin yurtdışında olumlu tanıtımını sağladığı konusunda sektör dışındakilerin daha karamsar oldukları söylenebilir.

Tablo 8’e göre, her iki grubun da büyük bir çoğunluğu turizmin önemli bir gelir kaynağımız olduğuna inanmaktadır. Ancak sektörde çalışanlar için bu oran % 99,4 iken, sektör dışındakilerde % 88,8’dir. Yanıtların dağılımı ki-kare testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınıdığında sıfır hipotezinin (H₀) reddedilmesi, turizmciilerin turizmin önemli bir gelir kaynağı olduğuna daha çok inandıkları şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 9 turizmin önemli bir istihdam alanı olduğuna inananların oranının sektörde çalışanlar arasında % 85,6 iken, sektör dışındakiler arasında % 74,8 olduğunu göstermektedir. Tablo 10 ise, turizmin ticaret ve tarım alanlarında da iş olanakları yarattığına inananların oranının Tablo 9’daki oranların % 10 altında olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, sektörde çalışanların % 75,2’si, sektör dışındakilerin % 64’ü turizmin diğer iki sektörde de iş olanakları

Tablo 6. Türkiye Turizminin Üçüncü Önemli Sorunu ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

GÖRÜŞ MESLEK	PAZARLAMA&TANITIM SORUNLARI		ÇEVRE SORUNLARI		ALPYAPI SORUNLARI		TERÖR SORUNLARI		DİĞER SORUNLAR		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Turizmle ilgili	18	7,2	93	37,2	71	28,4	49	19,6	19	7,6	250	100,0
Turizmle ilgili değil	52	20,8	66	26,4	74	29,6	45	18,0	13	5,2	250	100,0
TOPLAM	70	14,0	159	31,8	145	29,0	94	18,8	32	6,4	500	100,0

(Hesaplanan U değeri = 12. P = .50)

Tablo 7. “Turizm Türkiye’ye Olumlu Tanıtım Sağlamaktadır” Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

GÖRÜŞ	MESLEK		TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	180	72,0	167	66,8	347	69,4		
Tarafsızım	23	9,2	49	19,6	72	14,4		
Katılmıyorum	47	18,8	34	13,6	81	14,4		
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0		

(Hesaplanan ki-kare değeri = 11,96, P = .003)

Tablo 8. “Turizm Önemli Bir Gelir Kaynağımızdır” Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

GÖRÜŞ	MESLEK		TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	236	94,4	222	88,8	458	91,6		
Tarafsızım	6	2,4	17	6,8	23	4,6		
Katılmıyorum	8	3,2	11	4,4	19	3,8		
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0		

(Hesaplanan ki-kare değeri = 6,16, P = .045)

yarattığını düşünmektedir. Her iki tabloda verilen dağılımlar ki-kare testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınandığında sıfır hipotezi (H_0) reddedilmektedir. Dolayısıyla yine içinde bulunulan grupların görüşleri belirlediği söylenebilir.

Tablo 11, turizmin gelişiminin ülkemizdeki tarihi yer ve yapıların korunmasına yardımcı olduğuna inananların oranının sektörde çalışanlar için % 66, sektör dışındakiler için % 50,8 olduğunu göstermektedir. Sektörde çalışanlar bu konuda daha iyimser olmakla birlikte, genelde iki grubun da turizmin tarihi çevrenin korunmasına katkıda bulunduğu fazlaca inandıkları söylenemez. Ki-kare testi sıfır hipotezini (H_0) reddetmektedir. Dolayısıyla gruplar arasındaki görüş farkının önemli olduğu söylenebilir.

Tablo 12, turizm sektöründe çalışanların % 54’ünün, sektör dışındakilerin % 41,2’sinin turizmin altyapı hizmetlerinin iyileştirilmesine yol açtığını düşündüğünü göstermektedir. Bir önceki tabloda olduğu gibi,

Tablo 9. “Turizm Önemli Bir İstihdam Alanımızdır” Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

GÖRÜŞ	MESLEK		TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	214	85,6	187	74,8	401	80,2		
Tarafsızım	33	13,2	49	19,6	82	16,4		
Katılmıyorum	3	1,2	14	5,6	19	3,8		
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0		

(Hesaplanan ki-kare değeri = 12,06, P = .003)

Tablo 10. “Turizm, Ticaret ve Tarım Alanlarında da İş Olanakları Yarattılmaktadır” Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

GÖRÜŞ	MESLEK		TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	188	75,2	160	64,0	348	69,6		
Tarafsızım	43	17,2	60	24,0	103	20,6		
Katılmıyorum	19	7,6	30	12,0	49	9,8		
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0		

(Hesaplanan ki-kare değeri = 7,53, P = .023)

sektörde çalışanlar bu konuda daha iyimser olmakla birlikte, genelde iki grubun da turizmin altyapı hizmetlerine katkıda bulunduğu fazlaca inandıkları söylenemez. Ki-kare testi sıfır hipotezini (H_0) reddettiğinden, gruplar arasındaki görüş farkı önemlidir.

Tablo 13, sektörde çalışanların % 77,6’sının ve sektör dışındakilerin % 85,2’sinin turizmin enflasyona yol açtığına inandığını göstermektedir. Ki-kare testi sıfır hipotezini (H_0) reddetmektedir. Dolayısıyla, sektörde çalışanların turizmin enflasyonist etkisi konusunda daha iyimser oldukları söylenebilir.

Tablo 14’den görüldüğü gibi, turizmin geleneksel kültürümüzü bozduğu görüşüne katılmayanların oranı sektörde çalışanlar arasında % 62,8, sektör dışındakiler arasında ise % 56,8’dir. Ki-kare testinin sıfır hipotezini (H_0) reddetmesi, gruplar arasındaki görüş farkının istatistiksel olarak önemli olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 15’e göre, turizmin gelişiminin bir başka olumsuz etkisi olan aşırı kalabalık ve gürültünün turistik bölge halkını rahatsız ettiği görüşüne sektörde çalışanların % 55,2’si katılmazken, bu oran sektör dışındakiler arasında % 45,6’ya düşmektedir. Ki-kare testi bu durumda da sıfır hipotezini (H_0) reddetmektedir.

Tablo 16, turistik işletmelerin plansız gelişiminin turistik bölgelerin doğal ve mimari yapısını bozduğu konusunda, her iki grubun da aşağı yukarı aynı oranlarda, fikir birliği içinde olduklarını göstermektedir. Zaten ki-kare testinin sıfır hipotezini (H_0) kabul et-

Tablo 11. “Turizm, Türkiye’deki Tarihi Yer ve Yapıların Korunmasına Yardımcı Olmaktadır” Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

GÖRÜŞ	MESLEK		TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	165	66,0	127	50,8	292	58,4		
Tarafsızım	42	16,8	60	24,0	102	20,4		
Katılmıyorum	43	17,2	63	25,2	106	21,2		
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0		

(Hesaplanan ki-kare değeri = 11,89, P = .003)

Tablo 12. "Turizm: Yol. Su. Elektrik. Çöp. Kanalizasyon gibi Altyapı Hizmetlerinin İyileştirilmesine Yol Açmaktadır" Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	135	54,0	103	41,2	238	47,6
Tarafsızım	60	24,0	75	30,0	135	27,0
Katılmıyorum	55	22,0	72	28,8	127	25,4
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 8,25, P = .016)

mesi, ait olunan grupların görüşleri belirlemediğini ifade etmektedir.

Birinci bölümün dördüncü sorusunda ankete katılanlara, turizmin Türkiye'ye sağladığı faydaların mı yoksa yol açtığı olumsuzlukların mı daha fazla olduğunu düşündükleri sorulmuştur. Tablo 17'de gösterilen yanıtlar ki-kare testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınıandığında, her iki grubun verdiği yanıtlar arasında bir bağlantı olmadığını söyleyen sıfır hipotezi (H_0) reddedilmektedir. Başka bir deyişle, turizm sektöründe çalışanların daha büyük bir oranı turizmin gelişiminin sağladığı faydaların olumsuz etkilerinden daha fazla olduğunu düşünmektedir.

Anketin ikinci bölümünde yer alan sorular sürdürülebilir turizm konusuyla ilgilidir. Bu bölümün ilk sorusu olarak deneklere "doğanın maliyeti sıfır değildir" görüşüne katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Tablo 18'de gösterilen yanıtlar ki-kare testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınıandığında, her iki grubun verdiği yanıtlar arasında bir bağlantı olmadığını söyleyen sıfır hipotezi (H_0) kabul edilmektedir. Başka bir deyişle, hem turizm sektöründe çalışanların (% 86,4) hem de sektör dışındakilerin (% 85,2) büyük bir çoğunluğu doğanın bir bedeli olduğuna inanmaktadır.

"Ekonomik kalkınma için turizmin olumsuz etkilerini sineye çekmek gerektiğine inanıyor musunuz?" sorusuna turizm sektöründe çalışanların % 82'si, sektör dışındakilerin ise % 88'i hayır yanıtını vermişlerdir. Tablo 19'da gösterilen yanıtlar ki-kare tes-

Tablo 13. "Turizmdeki Artış Turistik Bölgelerdeki Mal ve Hizmet Fiyatlarının Aşırı Artmasına Neden Olmaktadır" Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	194	77,6	213	85,2	407	81,4
Tarafsızım	31	12,4	20	8,0	51	10,2
Katılmıyorum	25	10,0	17	6,8	42	8,4
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 4,78, P = .091)

Tablo 14. "Turizm, Geleneksel ve Yöresel Kültürümüzün Bozulmasına Yol Açmaktadır" Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	28	11,2	47	18,8	75	15,0
Tarafsızım	65	26,0	61	24,4	126	25,2
Katılmıyorum	157	62,8	142	56,8	299	59,8
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 5,69, P = .056)

Tablo 15. "Turizm, Aşırı Kalabalık ve Gürültü Nedeniyle Turistik Bölge Sakinlerinin Hayatını Olumsuz Yönde Etkilemektedir" Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	42	16,8	63	25,2	105	21,0
Tarafsızım	70	28,0	73	29,2	143	28,6
Katılmıyorum	138	55,2	114	45,6	252	50,4
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 6,55, P = .038)

ti ile % 10 önemlilik düzeyinde sınıandığında, her iki grubun verdiği yanıtlar arasında bir bağlantı olmadığını söyleyen sıfır hipotezi (H_0) kabul edilmektedir. Dolayısıyla, katılımcıların konuya yaklaşımları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını söyleyebilir.

Tablo 20'den görüldüğü gibi, turizm sektöründe çalışanların % 86,8'i ile sektör dışındakilerin % 79,6'sına göre turizmin çevreye zarar vermeden gelişebilmesi mümkündür. Verilen yanıtlar ki-kare testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınıandığında, her iki grubun verdiği yanıtlar arasında bir bağlantı olmadığını söyleyen sıfır hipotezi (H_0) reddedilmektedir. Dolayısıyla, turizm sektöründe çalışanların bu konuda daha iyimser oldukları söyleyebilir.

Tablo 21, ankete katılanların turizm hareketlerinde çevre kirliliği yaratan en önemli faktörün ne olduğu

Tablo 16. "Turizm İşletmelerinin Plansız Gelişimi Turistik Bölgelerin Doğal ve Mimari Yapısını Bozmaktadır" Görüşünün Denekler Arasındaki Dağılımı

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Katılıyorum	194	77,6	193	77,2	387	77,4
Tarafsızım	28	11,2	34	13,6	62	12,4
Katılmıyorum	28	11,2	23	9,2	51	10,2
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 1,07, P = .41)

Tablo 17. “Sizce Turizmin Türkiye’ye Sağladığı Faydalar mı, Yoksa Olumsuzluklar mı Daha Fazladır” Sorusunun Denekler Arasındaki Dağılımı

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Turizmin Faydaları						
Daha Fazladır	216	86,4	171	68,4	387	77,4
Turizmin Olumsuz Etkileri daha Fazladır	9	3,6	17	6,8	26	5,2
Her İkisi Birbirini Dengelemektedir	20	8,0	43	17,2	63	12,6
Fikrim yok	5	2,0	19	7,6	24	4,8
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 24,26, P = .000)

konusundaki düşüncelerini göstermektedir. Tabloya göre, turizm sektöründe çalışanların % 38,4’ü ile sektör dışındakilerin % 35,2’si halkın çevre bilincinin yetersizliğinin çevre kirliliğine yol açtığına inanmaktadır. Ayrıca turizm sektöründe çalışanların % 27,2’si altyapı hizmetlerinin yetersizliğinden söz ederken, sektör dışındakilerin % 27,6’sı çevreyi koruyucu yasaların uygulanamamasından yakınmaktadır. Verilen yanıtlar ki-kare testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınıandığında, her iki grubun verdiği yanıtlar arasında bir bağlantı olmadığını söyleyen sıfır hipotezi (H_0) reddedilmektedir. Başka bir deyişle, her iki grubun bu konudaki görüşleri farklıdır.

“Türkiye’de sürdürülebilir turizmden söz edilebilir mi?” sorusuna verilen yanıtlar Tablo 22’de gösterilmiştir. Turizm sektöründe çalışanların % 48,4’ü bu soruya hayır derken, bu oran sektör dışındakilerde % 62’ye yükselmektedir. Her iki grubun da aşağı yukarı % 13’ü bu konuda kesin bir düşünceye sahip değildir. Elde edilen yanıtların oranları ki-Kare testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınıandığında, her iki grubun verdiği yanıtlar arasında bir bağlantı olmadığını söyleyen sıfır hipotezi (H_0) reddedilmektedir. Başka bir deyişle, sektörde çalışanların Türkiye’de turizmin doğal ve kültürel çevreyle uyum içinde ge-

Tablo 18. “Doğanın Maliyeti Sıfır Değildir” Görüşü ile İlgili Düşüncelerin Dağılımı

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	216	86,4	213	85,2	429	85,8
Hayır	24	9,6	25	10,0	49	9,8
Fikrim Yok	10	4,0	12	4,8	22	4,4
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 0,223, P = .894)

Tablo 19. “Ekonomik Kalkınma İçin Turizmin Olumsuz Etkilerine Katılmak Gerekli” ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	33	13,2	19	7,6	52	10,4
Hayır	205	82,0	220	88,0	425	85,0
Fikrim Yok	12	4,8	11	4,4	23	4,6
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 4,34, P = .114)

liştğine, konuya sektör dışından bakanlardan daha çok inandıkları söylenebilir.

İkinci bölümün son sorusu sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilmesinde rolü olan birimleri saptamaya yöneliktir. Tablo 23’den de görüldüğü gibi, hem turizm sektöründe çalışanların hem de sektör dışındakilerin yarısı sürdürülebilir turizmin gerçekleşmesinde en önemli rolün devlete ait olduğunu düşünmektedir. Aslında bu düşünce biçimi her türlü sorunu devletin çözmesini bekleyen ve en iyi ifadesini “devlet baba” nitelemesinde bulan yaygın bir anlayışın uzantısıdır. Tablo 24 ve Tablo 25’e bakıldığında, seyahat acenteleri, tur operatörleri ve otel gibi turizm işletmelerine ancak 2. ve 3. derecede sorumluluk düştüğü düşünülmektedir. Elde edilen oranlar Mann-Whitney U testi ile % 10 önemlilik düzeyinde sınıandığında, her iki grubun aynı ana kitleye ait olduğunu söyleyen sıfır hipotezi (H_0) kabul edilmektedir. Başka bir deyişle, her iki grubun konuyla ilgili görüşleri istatistiksel olarak birbirinden farklı değildir.

SONUÇLARIN YORUMU

Araştırmanın bulguları çalışmanın başında belirtilen temel hipotezi doğrulamaktadır. Her iki grup da turizmin gelişiminin doğal ve insan yapısı çevrede yarattığı olumsuz etkilerin farkında olmakla birlikte, bu olumsuzlukları azaltmak veya kontrol altına almak için önlem almamaktadır. Bunun nedeni turizmin önemli bir gelir kaynağı ve istihdam alanı oldu-

Tablo 20. “Sizce Turizmin Çevreye Zarar Vermeden Gelişebilmesi Mümkün müdür?” Sorusu ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	217	86,8	199	79,6	416	83,2
Hayır	23	9,2	34	13,6	57	11,4
Fikrim Yok	10	4,0	17	6,8	27	5,4
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 4,72, P = .095)

Tablo 21. “Sizce Turizm Hareketlerinde Çevre Kirliliği Yaratan En Önemli Faktör Nedir?” Sorusu ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Altyapı Hizmetlerinin Yetersizliği	68	27,2	30	12,0	98	19,6
Halkın Çevre Bilincinin Yetersizliği	96	38,4	88	35,2	184	36,8
Çevreyi Korumayıcı Yasaların Yetersizliği	41	16,4	69	27,6	110	22,0
Çevreyi Korumayıcı Yasaların Uygulanmaması	44	17,6	57	22,8	100,2	
Diğer Nedenler	1	0,4	6	2,4	7	1,4
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 12, P = .50)

ğunun düşünülmesidir. Ankete katılanlara göre, uluslararası turizm piyasasından payını almaya çalışan Türkiye’de pazarlama ve tanıtım sorunları çevresel sorunlardan çok daha önemlidir. Bu görüş turizm sektöründe çalışanlar arasında daha yaygındır.

Turizmin çevresel kaynakları koruyarak, sürdürülebilir bir biçimde gelişiminde devletin önemli bir role sahip olduğunun düşünülmesi, devlet geleneğinin güçlü olduğu ve her türlü sorunun çözümünün merkezi otoriteden beklenildiği ülkemizde şaşırtıcı bir sonuç değildir. Halkın çevre bilincinin yeterince gelişmediği düşünülmekte, devletin çevreyi koruyucu yasalarının yetersiz olduğundan ve tam olarak uygulanmadığından şikayet edilmektedir.

Öte yandan ankete katılanların % 80’den fazlasının ekonomik kalkınma için turizmin olumsuz çevresel etkilerini sineye çekmek gerektiğine inanmadıklarını söylemesi toplumda çevre bilincinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. İlk bakışta çelişkili gibi görünen bu durum, aslında çevre bilinci ile çevreye duyarlı davranış arasındaki farkı yansıtmaktadır. Başka bir deyişle, genel olarak insanlar çevre sorunlarına duyarlı olduklarını düşünmekte, ama uygulamada çevreye zarar veren davranışlardan kaçınmamaktadırlar.

Tablo 22. “Sizce Türkiye’de Sürdürülebilir Turizmden Söz Edilebilir mi?” Sorusu ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Evet	96	38,4	63	25,2	159	31,8
Hayır	121	48,4	155	62,0	276	55,2
Fikrim Yok	33	13,2	32	12,8	65	13,0
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 11,05, P = .004)

Tablo 23. “Sizce Sürdürülebilir Turizmin Gerçekleşebilmesinde En Önemli Rolü Olan Birimler Nelerdir/Kimlerdir?” ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Devlet Yetkilileri	112	44,8	125	50,0	237	47,4
Turistler	6	2,4	6	2,4	12	2,4
Turistik Bölge Halkı	26	10,4	20	8,0	46	9,2
Seyahat Acenteleri& Tur Operatörleri	28	11,2	18	7,2	46	9,2
Çevreci Kuruluşlar	8	3,2	15	6,0	23	4,6
Turizm İşletmeleri	29	11,6	31	12,4	60	12,0
Medya	39	15,6	34	13,6	73	14,6
Diğer	2	0,0	1	0,0	3	0,0
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan u değeri = 30,5, P = .46)

Çevre bilinci ile çevreye duyarlı davranış arasındaki uçurum konuyla ilgili literatürde sıkça dile getirilen genel bir sorundur. Yapılan araştırmalar bir toplumda çevre bilincinin yüksek olmasının, çoğu kez o toplumun üyelerinin gündelik hayatlarında çevreye duyarlı bir biçimde davrandıkları anlamına gelmediğini göstermektedir (Ungar, 1994). Tek tek bireyler için geçerli olan bu durum, işletme düzeyinde de geçerlidir.

Çevre bilincinin uygulamaya yansımaları engelleyen en önemli nedenlerden biri çevreye duyarlı davranışın getireceği maliyettir. Örneğin, Antalya’nın Belek turizm merkezinde 1998 yılında yapılan bir araştırma, bölgede bulunan tatil köylerindeki yöneticilerin enerji tasarrufu sağlayan yöntemlerin uygulanmasına ve katı atıkların çevreye zarar vermeden

Tablo 24. “Sizce Sürdürülebilir Turizmin Gerçekleşebilmesinde İkinci Derecede Önemli Rolü Olan Birimler Nelerdir/Kimlerdir?” ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Devlet Yetkilileri	34	13,6	28	11,2	62	12,4
Turistler	8	3,2	8	3,2	16	3,2
Turistik Bölge Halkı	33	13,2	42	16,8	75	15,0
Seyahat Acenteleri& Tur Operatörleri	64	25,6	41	16,4	105	21,0
Çevreci Kuruluşlar	18	7,2	33	13,2	51	10,2
Turizm İşletmeleri	59	23,6	57	22,8	116	23,2
Medya	34	13,6	40	16,0	74	14,8
Diğer	-	-	1	0,0	1	0,0
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan u değeri = 31, P = .48)

Tablo 21. “Sizce Sürdürülebilir Turizmin Gerçekleşebilmesinde Üçüncü Derecede Önemli Rolü Olan Birimler Nelerdir?Kimlerdir?” ile İlgili Olarak Deneklerin Görüşleri

MESLEK GÖRÜŞ	TURİZMLE İLGİLİ		TURİZMLE İLGİLİ DEĞİL		TOPLAM	
	n	%	n	%	n	%
Devlet Yetkilileri	26	10,4	17	6,8	43	8,6
Turistler	11	4,4	10	4,0	21	4,2
Turistik Bölge Halkı	46	18,4	37	14,8	83	16,6
Seyahat Acenteleri&						
Tur Operatörleri	43	17,2	34	13,6	77	15,4
Çevreci Kuruluşlar	21	8,4	38	15,2	59	11,8
Turizm İşletmecileri	62	24,8	61	24,4	123	24,6
Medya	40	16,0	52	20,8	92	18,4
Diğer	1	,004	1	,004	2	,004
TOPLAM	250	100,0	250	100,0	500	100,0

(Hesaplanan ki-kare değeri = 29,5, P = .41)

elden çıkarılmasına sadece maliyetleri azalttığı ölçüde dikkat ettiklerini göstermiştir (Akış-Roney 2000: 394). Benzer şekilde, konuyla ilgili bir diğer çalışmada, Türkiye’deki otel sahiplerinin ve yöneticilerinin çevrecilik anlayışının bilinç aşamasından uygulama aşamasına geçemediği ve bu durumun turizmin önemli bir sorunu olduğu belirtilmiştir (Korzay, 1994: 94).

Sonuç olarak, elde edilen bulgular pazar payını genişleterek karı artırmanın esas olduğu bir sistemde,

sürdürülebilir turizm kavramının sektördeki işletmeler tarafından maliyetleri düşürdüğü ölçüde benimsemişliği görüşünü desteklemektedir.

KAYNAKÇA

- Akış-Roney, S. (2000). Tourism and Sustainability: A Case Study in Turkey. *Tourism Sustainability and Territorial Organization*. (European Regional Science Association’ın 12. yaz toplantısında sunulan bildiri), APDR, Coimbra-Portekiz, 383-398.
- Babbie, E. (1989). *The Practice of Social Research*. Wadsworth, California, Appendix G.
- Cronin, L. (1990). A Strategy for Tourism and Sustainable Developments, *World Leisure and Recreation*, 32(3): 12-18.
- Korzay, M. (1994). Turkish Tourism Development, Seaton, A.V. (ed.) *Tourism: The State of Art*, John Wiley&Sons, Chichester, 85-99.
- Ungar, S. (1994). Apples and Oranges: Probing the Attitude-Behavior Relationship for the Environment, *Canadian Review of Sociology and Anthropology*, 31(3): 288-304.

Gönderilme tarihi:

Değerlendirme

Düzeltilme

Kabul

: Aralık 2000

: Ocak 2001

: Şubat 2001

: Şubat 2001

Doç. Dr. Sevgin Akış, Işık Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Büyükdere cad., Maslak, 80670 İstanbul

E-mail:sakis@isikun.edu.tr