

İÇ KONTROL SİSTEMİNİN BİR ALT UNSURU OLAN BİLGİ VE İLETİŞİMİN ALTERNATİF TURİZME ETKİSİ: ISPARTA TURİZMİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA¹

Mustafa Cüneyt ŞAPCILAR²

Faruk GÜNGÖREN³

Ahmet BÜYÜKŞALVARCI⁴

ÖZET

İç kontrol sistemi bileşenlerinden olan bilgi ve iletişim, mali ve mali olmayan bilgileri içeren raporları üretmesinden dolayı iç kontrol amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek için önem arz etmektedir. Bu önem göz önünde bulundurulduğunda çalışmada, bilgi ve iletişim unsurunun varlığının veya kurulmasının alternatif turizm açısından değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırma, Isparta turizminin son yıllarda önem kazanan gül, lavanta ve zambak turizmi potansiyeli üzerine gerçekleşmiştir. Birincil verileri elde etmek için yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmış ve Isparta'da yaşayan ve/veya hizmet veren paydaşlar ile görüşülmüştür. Elde edilen sonuçlara göre katılımcılar, Isparta turizminde bir iç kontrol sisteminin kurulmadığını ve kurulma çabasının olmadığını, bilgi ve iletişim ağının bulunmadığını, bilgi ve iletişimin öneminin farkında olduklarını, böyle bir sistemin olmamasının turizmi olumsuz etkilediğini ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: İç Kontrol Sistemi, Bilgi ve İletişim, Alternatif Turizm, Isparta

¹ Bu makale, 11-13 Haziran 2018 tarihleri arasında düzenlenen Uluslararası Sosyal Bilimler ve İnovasyon Kongresi'nde özet bildiri olarak sunulmuştur.

² Dr. Öğr. Üyesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, mustafacuneyt@gmail.com

³ Doktora Öğrencisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD, faruk.gungoren@gmail.com

⁴ Prof. Dr., Necmettin Erbakan Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, ahmetbuyuksalvarci@gmail.com

THE EFFECT OF INTERNAL CONTROL SYSTEM'S INFORMATION AND COMMUNICATION ON AN ALTERNATIVE TOURISM: A QUALITATIVE RESEARCH ON ISPARTA TOURISM

ABSTRACT

Information and communication, which is one of the components of the internal control system, is important to realize the internal control aim and objectives due to the production of reports containing financial and non-financial information. Considering this importance, the existence or establishment of the information and communication element was evaluated in terms of alternative tourism in the study. The research was carried out on the potential of roses, lavender and lily tourism which has gained importance in recent years in Isparta. A semi-structured interview form was prepared to obtain primary data and interviewed with stakeholders living and /or serving in Isparta. According to the results, the participants stated that an internal control system was not established in Isparta tourism and there was no effort to establish, there was no information and communication network and they were aware of the importance of information and communication. The participants stated the absence of such a system negatively affects tourism.

Keywords: Internal Control System, Information and Communication, Alternative Tourism, Isparta

1. GİRİŞ

Üst bir kavram olan ve her türlü ön kontrol ile iç denetimi kapsayan (Kesik, 2005, s. 98) iç kontrol sistemi; faaliyetlerin etkin ve verimli olmasını, mali raporların güvenilir üretilmesini, iş ve işlemlerin yasal mevzuata uygun olarak yürütülmesini sağlamaktadır (Uzun, 2016, s. 61). İç kontrol sistemi birbiriyle ilişkili olduğu sistem bileşenleri vardır. Bu bileşenler; kontrol ortamı, risk yönetimi, kontrol faaliyetleri, bilgi ve iletişim, sistemin izlenmesi ve değerlendirilmesinden oluşmaktadır (Vasicek, Dragija, & Hladika, 2010, s. 74). İç kontrol sistemi bileşenlerinden bilgi ve iletişim, mali ve mali olmayan bilgileri içeren raporları ürettiği için tüm iç kontrol amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek için gereklidir (European Commission, 2006, s. 46).

İç kontrol sistemi bileşenlerinden bilgi ve iletişimin en önemli özelliği raporlamaların üretmesini sağlamaktır (BÜMKO, 2017).

Raporlamaya ilişkin ilk bakış açısı paydaşların ihtiyaçlarını ne kadar iyi karşıladığı açıklanmaktadır. Raporlama daha yaygın hale geldiğinde, raporlar paydaşların bilgilendirici taleplerini karşılamak için değişecektir. Bu çalışmadan elde edilen ilk gözlemler, yatırımcı ve paydaşların bilgi ihtiyaçlarını karşılayarak yatırımcı ve paydaşların bilgi arama yükünü azaltmaktadır (Rupley, Brown, & Marshall, 2017, s. 4). Bu durum bilgi teknolojilerinde ve denetim yöntemlerinde meydana gelen hızlı gelişim ve değişim (Spira & Page, 2003, s. 651) sayesinde paydaşlar daha hızlı, doğru ve tutarlı bilgiye ulaşması söz konusu olacaktır.

İç kontrol sisteminin bir alt unsuru olan bilgi ve iletişimdeki raporlama turizm sektörü üzerinde de etkilidir. Çünkü raporlama bilgiyi üretebilen, bu bilgiyi paylaşma konusunda şeffaf olabilen ve bilginin paylaşılması öğrenebilen bir örgüt için gerekli unsurdur. Böylece paydaşlar örgütlerin süreci hakkında bilgiye rahatça ulaşabileceği ve örgütün karşılaşacağı riskleri önceden fark edebileceği açısından önem taşımaktadır (Mesci, Batman, & Öncü, 2016, s. 321). Ayrıca örgütlerde iyi tasarlanmış bir bilgi sistemi bu sistemi kullanabilmeyi iyi öğrenmiş yöneticilerin elinde teknolojinin kullanılmasıyla parasal kaynaklardan, zamandan tasarruf sağladığı gibi, yerinde, zamanında doğru kararlar almada etkili olmaktadır (Güler, 2007).

Bilgi ve iletişimin varlığı veya kurulması ülkesel ve bölgesel turizmin gelişmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gerçekleştirilen bu çalışmada, iç kontrol sistemi bileşenlerinden bilgi ve iletişim alternatif turizm açısından değerlendirilmiştir. Weaver (2007) alternatif turizm terimini, eğitim turları, gönüllü seyahatler, çiftlik konaklamaları ve ekoturizm gibi deneyimlerin yer aldığı küçük ölçekli ve yerel olarak sahip olunan ve kontrol edilen operasyonlar ile karakterize olan turizmi olarak tanımlarken, Akova (2000) ise alternatif turizmi, klasik turizmi anlayışının dışına çıkan insanlar tatillerini, ülkenin doğal bitki örtüsü, yabani hayvan varlığı, akarsu, gölleri ve jeolojik yapısından kaynaklanan görsel zenginlikleri gibi olanakları kullanmak olarak tanımlamaktadır. Ryan (2002)'ye göre bu olanakların kullanımında bireylerin günlük çevrelerinden uzaklaşmaları, farklı bir şeyi veya yerlerin görmek istemeleri ve aile, ev ve/veya iş yerinden kaçmak isteyen bir 'kaçış' motivasyonu olabileceğinin bir sonucunu olarak görmektedir. Bununla birlikte ülkeleri keşif etmeyi arzu eden ilgili ve meraklı turistlere ülke hakkında insan, kültür ve sorunların anlaşılmasını kolaylaştıracak daha gerçekçi bilgiler sunularak kendi başlarına iletişim kurmalarını kolaylaştırarak ve alternatif turizm etkinliklerine her zaman katılmaları söz konusu olabilecektir (Cohen, 1987, s. 17).

Son yıllarda hem dünyada hem de Türkiye’de birçok alternatif turizm türünün ortaya çıktığı görülmektedir. Alternatif turizm, alışlagelmiş deniz-kum-güneş zenginliği olan tatil anlayışlarının değişmesine ve yeni turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Uluslan & Batman, 2010, s. 243). Turizm sadece kıyı kesiminde görülen bir sektör olmaktan çıkarak, ülkenin farklı bölgelerinde alternatif turizm türlerinin de yapıldığı bir sektöre dönüşmüştür. Bu durum turizmden farklı beklentileri olan turistler ile farklı yaş ve gelir grubundaki turistlerin de turizme katılmalarını sağlayarak, turist sayısının ve turizm gelirinin artırılmasına neden olmuştur (Demir, 2014, s. 117).

Çalışmada, Isparta turizminin son yıllarda önem kazanan alternatif turizm türlerinden gül, lavanta ve zambak turizmi potansiyeli ile iç kontrol sisteminin bir alt bileşeni olan bilgi ve iletişimin varlığı arasındaki ilişki incelenmiştir. Isparta turizmi, alternatif turizm türleri açısından önemli açılımlar yapabilecek potansiyele sahiptir (Türkoğlu, Gövdere, & Meydan, 2005, s. 37). Isparta ili coğrafi zenginliklerinin başta olmak üzere alternatif turizm açısından önemli bir konumda bulunmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizm Açısından İç Kontrol Sisteminde Bilgi ve İletişime Etkisi

Amerika’da beş bağımsız meslek kuruluşundan oluşan COSO (The Committee of Sponsoring Organizations), 1992 yılından bu yana iç kontrolün örgütlerde standartlaşan bir yapı hale gelmesinde öncülük ederek, teknolojik gelişmeler ve örgütlerin kurumsallaşmaları neticesinde geliştirdiği iç kontrol modelin düzenli olarak güncellemektedir. Böylece COSO, ana ilkelere bağlı kalarak iç kontrol sistemi günümüzde iç kontrol yapıları için temel oluşturmaktadır (Türedi, Gürbüz, & Alıcı, 2014, s. 153).

COSO 1992 yılında iç kontrol sistemini yayınladığında dünyadaki örgütlerin bugünden çok daha farklı bir ortamda bilgi teknoloji faaliyetleri bulunmaktadır (Galligan & Rau, 2015, s. 1). Örneğin International Telecommunication Union (ITU) 1865 kaynaklarına göre 1992’de dünya çapında yaklaşık 14 milyon internet kullanıcısı varken 2017’de 104 ülkede çevrimiçi olarak interneti kullanan 830 milyon genç vardır. Aynı zamanda gelişmiş ülkelerde 15-24 yaş grubundaki gençlerin %94’ü, gelişmekte olan ülkelerde %67’si ve en az gelişmiş ülkelerde %30’u internet kullanıcısı bulunmaktadır. Statista (2007) kaynaklarına göre 2016 yılında, dünya nüfusun yüzde 62,9’u bir cep telefonu kullanıcısı varken 2017 yılı için cep telefonu kullanıcısı sayısının 4.77 milyara ulaşması beklenilmektedir. Dünyadaki cep telefonu

kullanıcılarının 2019 yılına kadar 5 milyarı geçmesi beklenerek %67'ye yükseleceği tahmin edilmektedir.

We Are Social (2008)'e göre 2017 yılında dünya nüfusu toplam 7.476 milyar kişidir. 2017 yılında dünya nüfusun %50'sine tekâmül eden 3.77 milyar İnternet kullanıcısı, dünya nüfusun %37'sine tekâmül eden 2.80 milyar sosyal medya kullanıcısı, dünya nüfusun %66'sine tekâmül eden 4.92 milyar küresel mobil kullanıcı, dünya nüfusun %34'tüne tekâmül eden 2.56 milyar küresel mobil sosyal medya kullanıcısı ve dünya nüfusun %22'sine tekâmül eden 1.61 milyar küresel e-ticaret kullanıcısı vardır. We Are Social (2008)'inin bu verilerine göre:

- Dünyanın yarısından çoğu artık bir akıllı telefon kullanmaktadır.
- Dünya nüfusunun neredeyse üçte ikisi şu anda bir cep telefonu vardır.
- Dünyanın web trafiğinin yarısından fazlası cep telefonlarından girilerek yapılmaktadır.
- Dünya nüfusunun beşte birinden fazlası son 30 gün içinde bir alışveriş yapmıştır.

Bu durum Türkiye'de ise TÜİK kaynaklarına göre 2017 Haziran ayı sonu itibariyle sabit telefon abone sayısı yaklaşık 11 milyon, cep telefonu abone sayısı yaklaşık 77 milyon ve internet abone sayısı yaklaşık 67 milyondur.

Başta Türkiye olmak üzere gelişmekte olan ülkelerde büyümenin ve kalkınmanın verimliliğe ve teknolojik gelişmeye dayanması gereği yeterince anlaşılmamış ve gereği yapılamamasında; yönetim-bilişim teknoloji olanaklarından tam olarak yararlanamaması, doğal kaynakların yeterince değerlendirilememesi, kaynak kullanımındaki verimsizlik ve ülke teknolojilerin seçilememesi, teknoloji geliştirilememesi, ülke koşullarına uyumlandırılmaması yaşanan başlıca sorunlardır (Milli Prodüktivi Merkezi, 2006, s. 39).

Hem bilgiye erişim hem de teknolojik cihazların hızla geliştiği günümüzde bilgi çağı olarak tanımlanmaktadır. Bilgi çağında bilgi hem bireyler hem de örgütler için hayati önem hale gelse de (Arslan & Coşkun, 2016, s. 118) dünyada yaşanan mali ve teknolojik gelişmeler sonucunda, örgütler büyük ve karmaşık yapılar haline dönüşmüş, çalışan kademeleri çeşitlenmiş ve örgütlerin faaliyetleri basit kontrol yöntemleriyle izlenemeyecek duruma gelmiştir. Geçmişte tek bir kişinin kontrolü, bir örgütlerdeki faaliyetlerin, planlandığı şekilde yürütüldüğünden emin olmak için yeterliyken, günümüzde örgüt faaliyetlerin örgüt hedefleriyle uyum içinde olmasını sağlamak için, bir örgütte yönetim kurulu dâhil tüm çalışan kademelerinin dâhil olduğu

kapsamlı, örgütlü ve ayrıntılı bir kontrol yapısına olan ihtiyaç kaçınılmaz hale gelmiştir (Türedi, Gürbüz, & Alıcı, 2014, s. 142)

Örgütlerdeki büyük ve karmaşık yapılar haline dönüşmesi dünyanın bilgi çağında hızlı ilerlemesinin yanı sıra turizmin doğmasına neden olan boş zamanların artması, kentleşme, nüfus artışı ve insan ömrünün uzaması, ücretli tatil, sosyal güvenlik, seyahat özgürlüğü gibi toplumsal unsurların artması ile birlikte (Kozak, A.Kozak, & Kozak, 2001, s. 33-35) bölgeler arasında, ülke içinde veya ülkeler arasında seyahat etme isteği ve ihtiyacının (Hacıoğlu, 2010, s. 10) gelişmesi örgütlerdeki kapsamlı, örgütlü ve ayrıntılı kontrol yapılarının gelişimini tetiklemiştir.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) 2016 verilerine göre 2015 yılında dünya genelinde seyahat eden %4,4 oranında ve bundan dolayı turizm gelirlerine %3,6 oranında bir artış sağlanmıştır. Hacıoğlu (2010)'na göre seyahat eden kişi sayısı her yıl hızla artmaktadır. Örneğin tatile çıkma oranı Avrupa toplam nüfusun %60'ını oluşturmaya başlamıştır. Dünya'da seyahat eden kişi sayısı 1970 yılında 168 milyon kişi iken 1995 yılında bu sayı yaklaşık 580 milyon kişiye ulaşmıştır. Seyahat eden kişiler tüketim olayına katılarak yılda yaklaşık 373 milyar dolar turizm amaçlı harcama yapmaktadır. Doğan (2004)'a göre ise turizmden sektöründen elde edilen gelirler, ekonomiye dağılarak, tüm ekonominin canlanmasını sağlamaktadır. Turistlerin yaptığı harcamalar, paranın yavaş hareket ettiği ülkelerde 3-4 kez; gelişmiş ülkelerde 5-6 kez el değiştirmektedir. Turizm etkinliğini geliştikçe ekonomik gelişmeyi hızlandırmaktadır. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan bir araştırmaya göre Amerika'ya 1 günde fazladan gelecek 100 turistlerin bir gece konaklaması, yılda 47 yeni iş olanağı, 6 yeni tesis, 45 çocuğun okuması için yeterli vergi geliri ve milyonlarca dolarlık iş hacmi ortaya çıkaracağı (Özgüç, 1998, s. 187) hesaplanmıştır. Bütün bu çalışmaları birlikte ele alındığında iş, eğlence ve boş zaman etkinliklerini ev ortamından uzaklaştıracak şekilde doğrudan mal veya hizmet sağlayan tüm işletmelerin toplamı olan turizm sektörü (Higgins & Desbiolles, 2006, s. 1196) dünya da hem istihdam hacmini hem de turistlerin seyahat hareketliliğini doğrudan etkilediği görülmektedir.

Bu durum ülkelerin hem doğal ve kültürel kaynaklarının sunumun niteliğini hem de kaynakların yönetme ve organize etme hedefinin kapasitesini rekabetçi stratejilere göre şekillendirmesine yol açmakla (Massidda & Etzo, 2012, s. 603) birlikte turizm, rekabetçi hedeflere ek olarak makroekonomik açıdan yerel, ulusal ve uluslararası ekonomik gelişmelere katkı sağlamaktadır (Song, Dwyer, & Li, 2012, s. 1664). Çağdaş ekonomik gelişimini ve sorunlarını yerel ve ulusal

kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasıyla mümkündür. Artan ulusal verimlilik yalnızca kaynakların optimum kullanımına değil aynı zamanda toplumun ekonomik, sosyal ve politik yapısında daha iyi bir denge kurmasına yardımcı olur (Milli Prodüktivite Merkezi, 2006, s. 23).

Dünya da hem bilgi teknolojilerinin hızla gelişmesi hem de seyahatlerin büyümesi ile turizm sektörü alanında meydana getirdiği örgütsel karmaşıklıklar için doğru ve stratejik hedef ve amaçların belirlenmesinde etkin bir iç kontrol yapısının kurulması önemlidir. Etkin bir iç kontrol yapısı için; kaliteli, zamanında, ulaşılabilir, güvenliği sağlanmış(korumalı) ve doğrulanabilir bilginin sağlanması özellikle bilgi sistemlerinin karmaşık otomasyon yapılarına sahip olduğu günümüz örgütlerinde temelini (Türedi, Gürbüz, & Alıcı, 2014, s. 151) iç kontrol sistem bileşenlerinden oluşan kontrol ortamı, risk yönetimi, kontrol faaliyetleri, bilgi ve iletişim, sistemin izlenmesi ve değerlendirilmesindeki (Vasicek, Dragija, & Hladika, 2010, s. 74) bilgi ve iletişim bileşeninden almaktadır.

Galligan & Rau (2015) COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission) çalışmasında bilgi ve iletişim bileşeni; uygun, kaliteli bilgiyi tanımlama, örgüt içi iletişimin nasıl iletileceğini belirtme ve örgüt dışı paydaşlara nasıl iletişim kurması gerektiğini belirleme üzerinde kurulan üç ilkeye sahiptir. Bilgi ve iletişim bileşeninin ilk ilkesi örgüt, iç kontrol sistemini desteklemek için uygun ve kaliteli bilgi edinir, üretir ve elde eder. Kalite bilgi için bilginin erişilebilir, doğru, geçerli, korumalı, kaydedilebilir, yeterli, güncel ve doğrulanabilir niteliğinde olması gerekmektedir. Bilgi ve iletişim bileşeninin ikinci ilkesi örgüt içi iletişimin nasıl iletileceğini belirtmesidir. İç kontrole ilişkin hedefler ve sorumluluklar da dâhil olmak üzere, iç kontrol sisteminin etkinliğini desteklenmesi için gerekli olan bilgileri kurum içine iletmektedir. Örgütün yönetimi tarafından ana hedeflerin, risk yönetim süreçlerinin alt birimlere sunulması ve bu birimlerin belirleyeceği alt hedeflerin ve risk yönetim süreçlerinin ilgili personele iletilmesi ile örgüte ait amaçlar, riskler, riskin kabul düzeyi, riske verilecek karşılıklar ve kontrol faaliyetleri ile ilgili olarak gerekli bilgileri doğru bir şekilde, doğru zamanda ve doğru kişi ve/veya bölümler arasında paylaşılması gerekmektedir. Bilgi ve iletişim bileşeninin üçüncü ilkesi örgüt dışı paydaşlara nasıl iletişim kurmasıdır. Örgütün hissedarlar, kurumsal ortaklar, müşteriler, tedarikçiler gibi farklı paydaş ve çıkar gruplarıyla olan etkin ve verimli bir iletişimi belirlediği hedeflere ulaşılması açısından önem taşımaktadır. Örneğin; müşterilerle sağlanan başarılı bir iletişim gelecek siparişlerin yoğunluğunu belirlemede esas oluştururken, tedarikçilerle sağlanan iletişim, zamanında yapılacak

teslimatlar da üretim süreçlerinin aksamadan yürütülmesini sağlayabilmektedir.

İç kontrol sistemi bileşenlerinden olan bilgi ve iletişim, mali ve mali olmayan bilgileri içeren raporları ürettiği için tüm iç kontrol amaç ve hedeflerini gerçekleştirmek için gereklidir (European Commission, 2006, s. 46). Ayrıca bilgi ve iletişim süreçleri; örgüt içinde oluşturulmuş veri ya da bilgi ve/veya örgüt dışından sağlanmış verileri kullanmaktadır. Etkin ve verimli bir iletişim sistemi ise elde edilen bilgilerin örgütte gerekli mercilere ulaşmasını sağlamaktadır. İletişim sistemleri tüm çalışanların risk yönetimi ile ilgili sorumluluklarını net bir şekilde öğrenmesini sağlayacak şekilde hizmet vermektedir (Türedi, Gürbüz, & Alıcı, 2014, s. 154).

Isparta'da Alternatif Turizm Potansiyeli

Isparta turizminin en güçlü yanı zengin tarih, kültür ve tabiat varlıklarına sahip olmasıdır. Isparta turizminin diğer güçlü bir yanı ise önem sırasına göre şöyledir: iklim, doğal kaynaklar ve bozulmamış çevre, coğrafi konum, ana pazarlara yakınlık ve turizmi yönlendirilebilecek işgücünün varlığıdır (Becerem & Durgun, 2008, s. 93).

Isparta İŞKUR'un 2016 yılı İşgücü Piyasası Araştırma Raporuna göre Isparta'da işyerlerinin sektörel dağılımına toplam 287 işyeri vardır. Isparta ilindeki çalışma kapsamına giren işyerlerinin 88 işyeri ile birinci sırada olan yüzde 30,7'si imalat sektörüdür. Isparta ilinde toptan ve perakende ticaret işyeri sayısı 63, inşaat işyeri sayısı 52, ulaştırma ve depolama işyeri sayısı 15 ve konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetlerinde 15 işyeri bulunmaktadır. Isparta İŞKUR'a kayıtlı işsiz sayısı 2010 yılında 9 bin 58 kişi iken 2015 yılında ise toplam 14 bin 587 kişi işsiz olarak kayıtlarda yerini almıştır. 2010 yılından 2015 yılına kadar 5 bin 528 toplam kayıtlı işsiz sayısı eklenerek Isparta ilinde artış eğilimi dikkati çekmektedir.

Isparta'da işsizliğin artması ve hizmet sektörün gelişmesi Isparta özelinde turizm faaliyetlerin planlamasına yönelik bir fırsattı doğurmaktadır (Özaltın & Meydan, 2008, s. 63).

Turizm özellikle eko-turizm potansiyelinin çok olmasına rağmen istenilen seviyede değildir (Yılmaztürk, 2008, s. 2). Ancak Isparta turizm potansiyelini istenilen seviyede verimli kullanıldığında Isparta için sektörel dağılımını olumlu yönde işsizlik oranına düşürmesine etki yapacağı düşünülmektedir. İç kontrol sisteminin Isparta alternatif turizminde varlığı, alınacak kararların ve uygulamaya konulacak faaliyet ve projelerin etkinliğinde il düzeyinde politika yapıcılara ve karar alıcılara kaynak sağlamada katkıda bulunacaktır.

Isparta, Türkiye'nin kuzeyini güneyine bağlayan bir geçiş noktasında olması sebebiyle yoğun bir trafik akışına sahne olmaktadır. Özellikle Antalya'yı Isparta'ya bağlayan Dereboğazi yolunun açılmasıyla Isparta'nın kara ulaşımındaki önemi bir kat daha artmıştır (Milli Prodüktivi Merkezi, 2006, s. 23). Isparta'da ulaşım sektörleri açısından bir artıdır. Isparta turizm potansiyelinin geliştiği ve Isparta'ya yakın olan Antalya, Burdur, Konya, Afyonkarahisar ve Denizli illerin merkezinde bulunur ve Isparta bu illerle karayolu ile devamlı ulaşım sağlandığı bir konumdadır. Karayolları Genel Müdürlüğü'ne göre Isparta; Antalya'ya 130 km, Burdur'a 51 km, Konya'ya 263 km, Afyonkarahisar'a 169 km ve Denizli'ye 165 km uzaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre 2015 yılında Antalya'ya 10.874.093, Denizli'ye 58, Konya'ya 19.128 yabancı turist giriş yapmıştır. Isparta'ya yakın illere 2015 yılında toplam 10.893.279 yabancı turist ziyaret etmiştir bu durum Isparta'da kurulacak bir iç kontrol sistemin etkinliği sayesinde çevre illerde yabancı turistlerini dikkatini çekerek turizm potansiyelini artırabilecektir.

Türkiye İstatistik Kurumu'na (TÜİK) göre Isparta 2000 yılında toplam nüfusu 418.507 kişi iken 8.817 kişi artışıyla 2016 yılında 427.324 kişi olmuştur. Ayrıca 2015 yılı TÜİK'in illerde yaşam endeksi il sıralamaları ve endeks değerlerine göre Isparta sivil katılımında 46., sosyal yaşamda 7. yaşam memnuniyetinde 13. ve Türkiye geneli endeksinde 1. sırada olmuştur. Bu rakamlar Isparta ilinin, tarihi eski olmasına rağmen son yarım yüzyılda hızla gelişen ve büyüyen bir Anadolu kenti (Sargın, 2011, s. 253) olduğunu göstermektedir.

Zaman içerisinde değişen ve gelişen turizm aktiviteleri kitle turizminden doğa ve kültür turizmine doğru bir kaymaya sebep olmuştur. Turizm talebindeki bu kaymayla birlikte, alternatif turizm kaynaklarına sahip olan yeni bölgelerin arayışları da hızlanmıştır. Doğa ve kültür turizmi ağırlıklı olan yeni destinasyon arayışları Isparta'yı de etkileyerek kıyı bölgelere göre avantajlı bir konuma getirmiştir (Durgun, 2007, s. 107).

Isparta'nın avantajları başta Eğirdir gölü, Kovada gölü ve Davraz kayak merkezi olmak üzere gül, lavanta ve zambaklardır. Ayrıca zengin bitki ve hayvan türlerine sahip kovada ve Kızıldağ milli parklarının yanında dağcılık, trekking ve yamaç paraşütü gibi pek çok alternatif turizm çeşidini sunmaktadır (Şenol, 2008, s. 89-91). Isparta doğal, kültürel, tarih, güzellik ve zenginliklerin olduğu bir ildir ve ayrıca Isparta dünyada, sınırlarında en fazla göl ve gölet bulunan bir il olma özelliğini taşımaktadır (Milli Prodüktivi Merkezi, 2006, s. 29).

Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne göre 2010 yılında 14 tane seyahat acente varken 2016 yılında 19 tane seyahat acentesine

yükselmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre Isparta'ya 2015 yılında 82.578 ve 2016 yılında ise 63.658 yabancı turist ziyaret etmiştir. Isparta'ya gelen yabancı turist sayısında 2016 yılının 2015 yılına göre 18.920 kişi kadar bir düşüş olmuştur. Ayrıca Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü konaklayan turist istatistiklerine göre Isparta'da 2015 yılında 334.686 yerli turist ve 19.757 yabancı turist olmak üzere toplam 354.443 turist konaklarken 2016 yılında 353.096 yerli turist ve 14.144 yabancı turist olmak üzere toplam 367.240 konaklamıştır. Yabancı turist sayısında meydana gelen düşüşün özellikle 2015 yılı kasım ayında düşürülen Rus uçağından kaynaklandığı düşünülmektedir. Isparta'ya gelen yerli turiste 2016 yılının 2015 yılına göre %6 oranında bir artış olmuştur. Son yıllarda Isparta alternatif turizm kaynaklarında özellikle gül, lavanta ve zambak turizmi gerçekleştirilmektedir.

Gül Turizmi

Dünyada yılda yaklaşık 15.000 ton gül çiçeği üretimi yapılmaktadır. Gül çiçeği üretimi yapan önemli ülkeler Türkiye ve Bulgaristan'dır. Türkiye'de Isparta ve çevresinde yetişen Mayıs ve Haziran aylarında hasat edilen bir bitkidir. Isparta bölgesinde yaklaşık 10.000 ailenin gül çiçeği üretimi yaptığı bilinmektedir (Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, s. 3-10). Gülcülük Isparta'da 100 yıllık geçmişi olan bir sektördür. Gül yetiştiriciliğinde önceliği geleneksel olarak gülyağı üretimi almıştır. Gülyağı Isparta ili ekonomisi için önemi tarımsal ürünlerden biridir. Türkiye'de yağ gülünün %80'i Isparta'da üretilmektedir (BAKA, s. 4-6). Zira 2015 yılında Isparta'da 7.251 ton, Burdur'da 1.162 ton ve diğer illerde 1.070 ton olmak üzere Türkiye'de toplam 9.483 ton gül üretilmiştir (BAKA, s.44).

Isparta'da gülcülük tarımsal bir faaliyetin yanında aynı zamanda bir turizm ögesi olarak anılmaya başlanmıştır. Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA)'nın çalışmaları sonucunda 2014 yılında günü birlik olarak başlatılan gül turizmi, 2016 yılında da konaklamalı olarak devam etmiştir. Gül hasadı zamanında yapılan kültür turlarının bölgeye yayılması projesi ile birlikte, gül çiçeğinin tarım ürünü olması dışında, turizm ögesi olarak da markalaşmasının sağlanması amaçlanmıştır (Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, s. 12).

Isparta turizm ürün çeşitliği içerisine giren gül ve lavanta aktiviteleri turizmin Isparta'da ivme kazanmasına neden olacak unsurlardır. Gelecekte Isparta'da turizmin şekillenmesinde bu unsurların göz önüne alınarak plan ve programların yapılmasında yarar vardır (Onguna & Türkoğlu, 2016, s. 145).

Lavanta Turizmi

Lavanta bitkisi, 1 m'ye kadar boylanabilen, yarı çalimsı, çok yıllık bir bitkidir. Lavanta bitkisinin ekonomik olarak kullanılan kısmı çiçekleridir. Lavanta yetiştiriciliğinde 100*40 cm, 120*50 cm sıra arası ve sıra üzeri mesafeler yetiştiricilik için uygundur. Isparta koşullarında dikim mesafesi olarak 3-4 m. sıra arası, 2-3 m. sıra üzeri mesafeler kullanılmaktadır. Lavanta, tür ve çeşitlere, iklim ve toprak koşullarına, rakım ve yöneye göre değişmekle birlikte Temmuz ayı içerisinde tam çiçeklenme devresine ulaşmakta ve bu dönemde hasat edilmektedir (Aslanca & Sarıbaş, 2011).

Türkiye'de ekonomik anlamda sadece Isparta Keçiborlu yöresinde Kuyucak başta olmak üzere Kuşcular ve Çukurören köylerinde lavanta tarımı yapılmakta, bu yörelerin özellikle sulanmayan, kıraç ve eğimli arazilerine çok iyi uyum sağlamaktadır. Lavanta bölgede özellikle haziran ayı içerisinde çiçeklenmeye başlamakta, çiçeklenme kademeli olarak yaklaşık 45-50 gün sürmektedir. Çiçeklenme döneminde köy mora boyanmış bir hal almaktadır. Çiçeklenme döneminde bu görsel şölen özellikle fotoğrafçıların dikkatini çekmektedir (Isparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı ve Anadolu Efes iş birliği ile yürütülen "Gelecek Turizmde Projesi" çağrısı kapsamında "Proje Lavanta Kokulu Köy" adlı projesi 2016 yılında gerçekleştirilmiştir. Bu proje kapsamında Türkiye'deki lavanta üretiminin %93'ünü oluşturan Isparta'nın Kuyucak Köyü'nde kırsal turizmin canlandırılması ve lavantanın ürün çeşitliliği sağlanarak, yerel halkın gelir elde etmesi, bölgedeki istihdam ve girişimcilik potansiyelinin harekete geçirilmesi hedeflenmiştir. Bu doğrultuda ilk adım olarak model olması açısından kırsal turizmin iyi uygulama örneklerinden olan Fransa-Provence bölgesine bölgenin ileri gelenleri, proje ekibi ve lavanta üreticisi kadınların katılımıyla çalışma gezisi düzenlenmiştir (Gelecek Turizmde). 2016 yılında bu proje sayesinde Isparta Kuyucak Köyüne gelen turist sayısı, 20 binin üzerine çıkmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı).

Zambak turizmi

Dünyada 300 Zambak türü bulunmaktadır. Türkiye'de ilk Zambak üretimi, Isparta Keçiborlu Havzası'nda endüstriyel olarak üretilmektedir. Zambak üretim süreci son derece zordur ve zambak kökü yağının 1 lt.'si 6 bin Avro'ya satılmaktadır (Süleyman Demirel Üniversitesi).

Adı “gül”le özdeşleşen Isparta'da başta gül olmak üzere son yıllarda üretimi artan lavanta ve zambak gibi aromatik bitkiler, kente ekonomik getirisinin yanı sıra yörenin turizmini de canlandırmaktadır. Mayıs'ta zambak, haziranda gül, temmuzda ise lavanta hasadının gerçekleştirildiği Isparta'da, çok sayıda yerli ve yabancı turist hasada katılarak gül, lavanta ve zambak tarlalarında fotoğraf çekilmektedir. Böylece kenti ziyaret eden turist sayısı, her geçen yıl artmaktadır. Aromatik bitkiler içinde hasadı en erken yapılan zambak, mayıs ayında ziyaretçilere görsel şölen sunmaktadır. Genellikle süs bitkisi olarak park ve bahçelerde ekimi yapılan zambak, Isparta'da 120 dönümlük alanda üretilmektedir. Zambak tarlaları, hasat döneminde turistlerin fotoğraf çekmek için geldikleri mekânlar haline almaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı).

3. LİTERATÜR

Türkoğlu, Gövdere ve Meydan'ın 2005 yılında teori olarak ele aldıkları ‘Isparta İli Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerileri’ adlı çalışmalarında elde ettikleri bulgulara göre; Isparta'nın alternatif turizm türlerinden yararlanamaması, tur organizasyonlarının yetersiz olması, turizmin mevsimsellik özelliği taşıması, konaklama süresinin kısa olması olarak Isparta turizminin başlıca sorunlarına ulaşılmıştır. Aynı çalışmada alternatif turizmin türleri açısından önemli açılımlar yapabilecek potansiyele sahip olduğu Antalya bölgesine gelen yabancı turistlerin en azından bir kısmının Isparta iline gününbirlik turlarla çekebilmesi açısından hayati bir rol oynadığı vurgulanmıştır.

Onguna ve Türkoğlu'nun 2016 yılında literatür tarama tekniği kapsamında ikincil verilerle değerlendirme bulunduğu “Isparta İli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Teorik Bir Çalışma” çalışmasında Türkoğlu, Gövdere ve Meydan'ın yaptığı çalışmaya benzer bulgular tespit edilmiştir. Ayrıca Onguna ve Türkoğlu'na göre Isparta turizm ürün çeşitliği içerisine giren gül ve lavanta aktiviteleri turizmin Isparta'da ivme kazanmasına neden olacağını ifade edilmiştir.

Başka bir çalışma da Ongun, Gövdere, & Kaygısız'ın 2015 yılında teori olarak ele aldıkları “Burdur İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Sorunları ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmalarında Burdur'un başlıca turizm sorununun alternatif turizm türlerinden tam olarak yararlanamaması sonucunda turizmden yeterli düzeyde gelir elde edememesi bulgusuna varılmıştır. Aynı zamanda Ulusan ve Batman'ın 2010 yılında veri toplama tekniği olarak anket yöntemini kullanarak yaptıkları araştırmalarında aynı sonuca varılmıştır. Ulusan ve Batman'ın “Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma” adlı çalışmalarında Konya bölgesinin

ulusal ve uluslararası turizm hareketliliğini sağlayacak yeterli alternatif turizm potansiyeline sahip olduğu ancak bu potansiyelden yeteri kadar faydalanamadığı sonucuna varılmıştır.

Durgun'nun 2007 yılında anket yöntemini kullanarak yaptığı "Isparta Turizminin SWOT Analizi" adlı çalışmasında elde ettiği bulgulara göre, Isparta turizmini en güçlü yönleri; zengin tarih, kültür ve tabiat varlıklarına sahip olması ve iklim doğal kaynaklar ve bozulmamış çevresidir. İl turizminin en zayıf yönleri ise; tanıtım ve pazarlama eksikliği, yeterince gelişmemiş turizm bilinci ve yerel yönetimlerin ilgisizliğidir. Ayrıca ilin alternatif turizm türleri için potansiyelinin yüksek olması il turizmini en büyük fırsatı olarak görülürken, kentin turistik imajının zayıf olması Isparta turizminin en büyük tehdit unsuru olarak tespit edilmiştir.

Doğan ve Üngören'in 2012 yılında anket yöntemini kullanarak yaptıkları "Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma" adlı çalışmada elde edilen bulgulara göre Isparta halkı güllü, Eğirdir Gölünü, Davraz Dağını, Yalvaç ve kanyonunu turizmde şehrin en önemli sembolleri olarak gördüğü, gerek gölleri, dağları, yaylaları, mağaraları, gerekse sosyo-kültürel ve tarihi değerleri ile Isparta ilinin turizmde önemli bir potansiyele sahip olduğunu düşündüğü ancak turizmde altyapı ve tanıtım sorunlarının giderilmesi için önemli yatırımlar yapılması gerektiği ve başarı için de toplumun tüm tarafları arasında etkin bir dayanışma ve koordinasyona ihtiyaç olduğu tespit edilmiştir.

Bu kapsamda yapılan araştırmalarda diğer illerde olduğu gibi Isparta'da da yeterli alternatif turizm potansiyeline sahip olduğu ve buna rağmen bu potansiyelden yeteri kadar faydalanamadığı sonucuna varıldığı gibi gerek literatürde gerek uygulamada Isparta ilinin ne kadar turizm potansiyeli olduğu konusunda da tam bir bilgiye sahip değildir. Isparta alternatif turizm türlerinin iç kontrolün unsurları olan kontrol ortamı, risklerin tespiti, kontrol faaliyetleri, izleme, bilgi ve iletişim açısından üzerinde çalışılmamıştır. Bu nedenle Isparta alternatif turizmin mevcut potansiyelinin tam bilinmediğinden Isparta alternatif turizminde etkin olan kamu kuruluşları, sivil toplum örgütleri ve işletme yönetiminin, varlıklarının korunması, hata ve yolsuzlukların önlenmesi, muhasebe verilerinin doğruluğunun, güvenilirliğinin ve zamanında hazırlanmasının sağlanması ve aynı zamanda faaliyetlerin örgüt politikalarına uygunluğunun belirlenmesi amacıyla kabul ettiği prosedürlerin yerine getirilmesi önem taşımaktadır. Yönetim için gerekli olan verilerin toplanması, saklanması, islenmesi ve raporlanması bir muhasebe organizasyonu ve iç kontrol sisteminin desteğini gerektirmektedir.

İç kontrol sisteminin en önemli amaçlarından olan kaynakların verimli kullanılmasıdır. Verimlilik anlayışında ilk dönem Amerikan'da vurgu etkinlik üzerine gerçekleşmiştir. Sonra verimlilik anlayışına insanların yaşam kalitesinin iyileştirilmesi de eklenmiştir. Avrupalılar bu anlayışı da geliştirerek işbirliği ve katılımcı karar alma sistemini ilave etmişlerdir. Verimlilik kazançların paylaşımı ve adil bir bölüşüm ilkesi de daha sonra uygulanmaya kondu çağdaş verimlilik anlayışı bu şekilde olgunlaşmaya başlamıştır (Milli Prodüktivite Merkezi, 2006, s. 38). İç kontrol sistemi bu olgunlaşma kavramı üzerine inşa edilmiştir.

4. YÖNTEM

Bu çalışmada son yıllarda Isparta'da ön plana çıkan gül turizmi, lavanta turizmi ve zambak turizminin iç kontrol sisteminin unsurlarından olan bilgi ve iletişim açısından değerlendirilerek, Isparta alternatif turizmde verimliliğine etki etmesini sağlayacak farkındalığı artırmak hedeflenmektedir.

Yapılan araştırma, Isparta il merkezinde Isparta turizmi alanında faaliyette bulunan veya bu faaliyetleri iyi bilen 11 kişi ile görüşülmüştür. Görüşme için randevu almada yaşanan zorluk ve görüşme için ayrılan zaman araştırma için bir engel oluşturmuştur. Bu engeller, araştırmanın örneklem büyüklüğünü ve genellenebilirliğini etkilemiştir. Çalışma kapsamında Isparta ilindeki Turizm Müdürlüğü, Batı Kalkınma Ajansı (BAKA), Isparta sivil toplum örgütleri, tur rehberleri, tur operatörleri, acenteler, oteller, akademisyen, yerel girişimciler, imalatçı ve esnaflar ile çiftçilerle toplam 11 kişiyle (K=katılımcı) görüşülmüştür. Bu katılımcılarla önceden randevu alınarak görüşme yapılmıştır. Katılımcılardan dördü ses kaydı yapılmasını istemediğinden not alınarak görüşme sağlanmıştır. Diğer yedi katılımcı ile hem video kaydı hem de not alınarak görüşme yapılmıştır. Videodaki ses kayıtları dinlenerek metne dönüştürülmüştür. Bu görüşmelerin sonucunda toplam 7 video kaydı ile 30 sayfa doküman elde edilmiştir.

Görüşme soruları Isparta'da gül, lavanta ve zambak turizminin potansiyeline yönelik ve Isparta'da gül, lavanta ve zambak turizmde bilgi ve iletişimine yönelik olarak hazırlanmıştır. Bu çalışmanın amacı gül, lavanta ve zambak bitkilerinin bir turizm potansiyelinin incelenmesi, eğer bir turizm potansiyeline sahipse iç kontrol sisteminin bilgi ve iletişim açısından katılımcıların görüşleri doğrultusunda bir değerlendirme yapılması olarak belirlenmiştir.

Veri analizi aşamasında katılımcı görüşlerinden hangilerinden doğrudan alıntı yapılacağına karar verilmiştir. Bu kapsamda, bu aşamada katılan kişilerin belirttikleri görüşler arasında bağlantılar kurularak ve katılımcıların görüşlerini destekleyen alıntılar ve yorumlar yapılmıştır.

Bu analiz işlemi aşamasından sonra araştırma bulgularının değerlendirilmesine geçilmiştir.

5. BULGULAR

Görüşmenin hemen öncesinde katılımcılarla bir bilgi formu doldurma işlemi yapılmıştır. Bilgi formu ile katılımcıların cinsiyeti, yaşı, öğrenim düzeyi, mesleği ve görev süresi ilişkin bilgilere ulaşılmaya çalışılmıştır. Katılımcıların başlıca demografik özellikleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri (K=11)

	Özellikler Grup	(K) Katılımcı Sayısı
Cinsiyeti	Kadın	1
	Erkek	10
Yaşı	18 yaş ve altı	-
	18-23	-
	24-29	1
	30-35	3
	36-41	3
	42-47	-
	48 yaş ve üzeri	4
Öğrenim Düzeyi	Yüksek Lisans	2
	Lisans	6
	Lise	3
	Ortaokul	-
Mesleği	Kamu Çalışanı	5
	Özel Sektör	6
Görev Süresi	0-5 Yıl	1
	6-10 Yıl	4
	11-15 Yıl	1
	16-20 Yıl	1
	20 Yıl Ve Üzeri	4
Görevi	Yönetici	7
	Girişimci	4

Isparta’da gül, lavanta ve zambak turizmine ilişkin görüşlerine başvuru katılımcıların Isparta turizmini ve özellikle bu bitki turizmini bilen kişiler olmasına dikkat edilmiştir. Tablo 1.’de görüldüğü gibi özel ve kamu da yöneticilik yapan 7 katılımcı ile ve bu bitki turizmini fırsata çeviren 4 girişimci ile görüşme yapılmıştır.

Gül, Lavanta ve Zambak Bitkileri, Isparta İlinin Doğasının ve Kültürel Değerlerinin Tanınırlığına Katkı Sağlamasına İlişkin Görüşler

Bu araştırma alanı doğrultusunda görüşme formundaki soru, “Gül, lavanta ve zambak bitkileri, Isparta ilinin doğasının ve kültürel değerlerinin tanınırlığına katkı sağlar mı? Sağlıyorsa nasıl bir katkı sağladığını düşünüyorsunuz?” şeklindedir. Katılımcıların tümü bu bitkilerin Isparta’nın diğer doğa ve kültürel değerlerinin tanınırlığına katkı sağladığı görüşünde olduklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca bu araştırma alanı doğrultusunda alınan yanıtların analizi sonucunda özellikle lavanta bitkisinin bu katkıyı tetiklediği görülmektedir. Lavanta bitkisi sayesinde Isparta’ya son dört yılda ciddi bir turist artışına ve gül bitkisinin daha da tanınırlığı artmasına yol açmıştır. Bu bitkileri görmek için yurtdışından ve Türkiye’den turlar düzenlenmeye başlanmıştır. Isparta’da bu bitkiler sayesinde farklı bir turizm potansiyeli oluşmuştur. Katılımcılar bu bitkiler için Isparta’ya gelen yerli ve yabancı turistlerin hem Isparta’nın hem de Burdur’un doğa ve kültürel değerlerin tanınırlığına katkı sağladığı görüşünü dile getirmişlerdir. En çok hangi doğa ve kültürel değerlerin tanınırlığına katkı sağlıyor? sorusuna ilişkin öne çıkan katılımcı görüşleri şu şekildedir:

K1, K6 ve K9: “Bu bitkiler için Isparta’ya gelen yerli ve yabancı turistler Isparta’daki Kovada gölü, Eğirdir gölünü ile Burdur’daki Sagalassos Antik Kentini ve Salda Gölünün tanınırlığını artırdı. Tur acentaları ve tur rehberleri tarafından Isparta Kovada Gölü-Eğirdir Gölü-Gül, Lavanta ve Zambak bahçeleri- Salda Gölü ile Burdur Sagalassos Antik Kenti -Gül, Lavanta ve Zambak bahçeleri- Salda Gölü olmak üzere iki önemli tur paket rotası oluştu. Gül, Lavanta ve Zambak bahçeleri sadece Isparta’yı değil aynı zamanda Burdur’un tanınırlığına katkı sağlamaktadır. Ayrıca gül fabrikaları ziyaretlerinde ziyaretçi sayesinde önemli bir artış sağlandı.”

Gül, Lavanta ve Zambak Bitkileri, Turizm Kapsamında Isparta İline Ekonomik Açından Katkı Sağlamasına İlişkin Görüşler

Bu araştırma alanı doğrultusunda görüşme formundaki soru, “Gül, lavanta ve zambak bitkileri, turizm kapsamında Isparta iline ekonomik açıdan hangi alanlarda katkı sağlar?” şeklindedir ve bu soru katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların tümü bu bitkilerin Isparta iline ekonomik açıdan katkı sağladığı görüşünde olduklarını ifade etmişlerdir. Gül, lavanta ve zambak bitkileri, turizm kapsamında Isparta iline

ekonomik açıdan hangi alanlarda katkı sağlar? sorusuna ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

- K1: *“Mayıs ayında zambak, haziranda gül ve temmuz ayında lavanta yetişir. Isparta’da mayıs ayından temmuz ayının sonuna kadar görülmeye değer üç farklı bitki olduğu bir mevsim yaşanır. Bu Isparta’da bir avantajdır ve bu durum ekonomiyi olumlu bir şekilde katkı sağlamaktadır. Gül Isparta için bir geçim kaynağıdır lavanta ise Isparta kırsal kesimi için bir geçim kaynağıdır. Özellikle Keçiözümlü ilçesinde köy kadınları bir kooperatif kurdular. Bu köy kooperatifi tarafından yeme-içme için çadırlar kuruldu ve pansiyonlar açıldı. Bitki ziyaretleri sayesinde lavanta balı üretilmeye, lavanta ve gül ürünlerinin kozmetik ve üretimlerinin çeşitlenmesine, özellikle kadınlara yönelik lavanta ve gül ürünlerinin üretilmeye, gül lavantadan oluşan çay, dondurma ve reçel gibi ürünlerin üretilmeye başlandığı görülmektedir. Bu durum Isparta da gül lavanta ve zambak bitkilerinden üretilen gıda ve kozmetik ürünlerinin satışındaki artışlar oldu, Isparta ekonomisini olumlu yönde etkilemektedir.”*
- K2: K1’in görüşüne ek olarak şunları ifade etmiştir: *“Bu bitkilerin bulunduğu aylarda özellikle otellerde bir doluluk oranı yaşanmaktadır. Isparta merkezindeki oteller olmak üzere Eğirdir’deki otellerde bir doluluk oranı yaşanmaktadır. Bazı evler pansiyonlara dönüştürüldü. Lavanta balını üreten 10 çiftçi vardır. Turistlerin geldiği ayda lavanta balına talep yüksek olmaktadır ve lavanta balı stokları tükenmektedir. Turistlerin geldiği yol üstünde yerel halkın ürettikleri ürünlerini satmak için bireysel stantlar açtılar.”*
- K3: *“Isparta’nın Güney kent ile Senir kasabalarında gül yapılmaktadır. Buraya gelen turistlere köy evlerinde kahvaltılar verilmektedir. Bahçelerde doğal gül ve gül suyu satılmaktadır. Ayrıca fabrikalarda işlenmiş gül ürünleri satılmaktadır. Bazı lavanta bahçeleri fotoğraf çekmek giriş ücreti almaktadır. Yerel halkın bu bitki turizminden %90’ı kazanmaktadır. Isparta merkezinde satılan gül ürünleri sentetik olduğu için gelen turistler pek tercih etmiyor. Özellikle bu bitkilerin yoğun olduğu Keçiözümlü ilçesindeki bu bitki ürünleri doğal olduğu düşüncesiyle satın alıyorlar. Bu bitkiler yöre insanı için önceden bir geçim kaynağıydı. Ancak yöre insanı göç verdiği için şimdi ek geçim kaynağıdır. Yörenin potansiyeli vardır. Eğer doğru bir şekilde kullanılırsa geçim kaynağı olabilir.”*

- K4: *“Bitkilerden elde edilen gıda ve kozmetik ürünlerin satışlarıyla bir katkı sağlamaktadır. Gül yağı fabrikaları atıl durumdadır. Bu fabrikalarda gül bitkisinin yanı sıra bitki çeşitliliğini artırarak ilin ekonomisi üzerine daha fazla katkı sağlamaya başladı. Bu bitkilerin turizmi başlamasıyla yerel halkın ürettiği ürünlerin satışlarını kolaylaştı (hayvansal ürünleri, badem, kadınların yaptıkları). Lavanta ürünleri ilk önce Isparta'nın kırsal kesiminde üretilip orda satılırken son zamanlarda Isparta merkezindeki kozmetik satış yerlerinde de satılmaya başlandı. Bu bitkiler ilin ekonomisinin destekleyicisi konumdadır. Kamu kurumları bitkilerin bulunduğu bölgelere gerekli destekler verilirse ekonomi katkı daha da artar. Lavanta ve zambak bitkileri güle göre turizm değerleri daha yüksek ve güle göre daha fazla ekonomik bir katkı sağlamaktadır.”*
- K5: *“Lavanta ve gül ile ilgili üretilen gıda ve kozmetik ürünlerinin satışların sağlanmasıyla katkı sağlanmaktadır. Yerel halkın ekonomisinde bir canlandırma sağlanmıştır. Ancak bu bitki turizm kapsamında Isparta'daki acente tur faaliyetlerinde pek bir katkısı olmadı.”*
- K6: *“Bu bitki turizmin olduğu mevsimde yani mayıs ayından temmuza kadar otelimiz %100 dolmaktadır. Genellikle otelimiz bu bitki mevsimi dışında ortalama %40 civarında bir doluluk oranını olmaktadır. Gelenlerin çoğu tur şeklinde oldukları için otelimiz 2018 yazı için yani bu bitki sezonun olduğu dönemde şimdiden 25 acente ile anlaşık ve önümüzdeki sezon şimdiden dolmuştur. Bu bitki turizmi özellikle otellimizin ekonomik açısından ciddi bir katkı sağlamaktadır”.*
- K7 ve K8: *“Bize göre 1 yerli turist Isparta'da ortalama minimum 100 TL harcama yapıyor. Bu bitkiler için gelen turistler benzin, otel harcamaları, gül ve lavanta gıda ve kozmetik ürünlerini satın alarak Isparta iline ekonomik bir katkı sağlıyor.”*
- K9: *“Lavanta için görsel, gül içinde hasata elen turistler gül ve lavantadan elde edilen ürünleri ve hediyelik eşyaları satın alırlar. Bu bitkilerin bulunduğu mevsimde bu ürünlerin satışlarında artış olmaktadır. Esnaf ve çiftçi insanları ekonomisine bir katkı sağlamaktadır.”*
- K10: *“Gelen turistler lavanta açısından temizlik ürünlerinden faydalanıyorlar. Lavantanın rahatlatıcı olması ve stres atıcı özelliği olması etkili oluyor. Bu bitki turizm kapsamında gelen*

turistler bizim satışlarımızı ciddi bir şekilde artırdı. Özellikle hafta sonu Isparta'da turistlerin sayısında ciddi artışlar oldu. Arap turistler gül yağına Rus turistler lavantaya ilgileri yüksektir bu nedenle bu bitkilerin ürünlerini satın alarak ekonomiye alanlarında bir canlandırma sağlandı. Özellikle konaklama olursa satışlarımızın artmasında etkili olur. Çünkü konaklamalı olduğunda turistin zamanı daha çoktur ve ürünleri inceleme zamanı vardır yani zaman sıkıntısı yoktur. Ama günü birlik için gelen turist zaman sıkıntısı vardır. Bir an alıp gideyim düşüncesindedir. Bu durum satış üzerinde etkili olmaktadır.”

K11: *“Ekonomi acıdan ciddi katkısı vardır. Önceden klasik olarak gül toplama işini köylüler yapıyordu. Bir İstanbul'daki folklorik turizmle birlikte 2012'de mayıs ayında acente bazında ilk gül toplama turu gerçekleştirerek burada gül toplama faaliyetini başlattırdık. Burada çekilen fotoğraflar sosyal medya da paylaşılınca bunu gören diğer acenteler ve kişiler buraya gül toplamak için turlar düzenlenmeye başladılar. Lavantanın da son iki yıldır gülün bu turizmin faaliyetin eklenerek Isparta'da bir turizm faaliyeti ortaya çıktı. Bu bitkileri görmeye gelen turistler sayesinde Isparta, Eğirdir ve Burdur otellerde bir doluluk oranı oluşmaya başladı. Gelen turlara bahçelerde kahvaltı verilmeye başlandı. Turistler daha geç gittiyse öğleye doğru gözlemeler ve ayranlar verilmeye başlandı. Bunlardan para kazanmaya başladılar. Toplanan güller satılmaya başlandı. Özellikle rozence ürünleri olmak üzere diğer firmaların ürünleri talep görmeye başlandı. Gelen turistlerden bazıları gül ürünlerine ortalama 1.000 TL harcama yapıyorlar. Turist başı en az 150-200 TL gül ürünlerine harcama yapılıyor.”*

Gül, Lavanta ve Zambak Bitkileri, Turizm Kapsamında Isparta İline İstihdam Oluşturmasına İlişkin Görüşler

“Gül, lavanta ve zambak bitkileri, turizm kapsamında Isparta'da nasıl bir istihdam yaratabilir?” sorusu katılımcılara yönelmiştir. Katılımcıların bir kısmı bu bitkilerin Isparta iline istihdam oluşturma açısından mevsimsel bir istihdam yarattığı görüşünde olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların tümü bitki mevsiminde gelen turistlerin Isparta ilinin istihdamını olumlu yönde etkilediğini ifade etmişlerdir. Gül, lavanta ve zambak bitkileri, turizm kapsamında Isparta'da nasıl bir istihdam yaratabilir? sorusuna ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

- K1: *“Gül, lavanta ve zambak bitkileri özellikle mevsimsel açısından istihdam yaratır. Yöre halkın kendine yetecek kadar bir potansiyeli vardır. Gül diğer iki bitkiye nazaran istihdam potansiyeli daha yüksektir.”*
- K2: *“Bu bitkiler mevsimsel olduğu için büyük yatırımları önünde engeldir bu da istihdam oluşturmasını zayıflatır. Yerel halk daha çok ek gelir olarak yapıyorlar. Ancak tanınırlığı artırılrsa bir istihdam yaratılabilir.”*
- K3: *“Yöre halkında gerekli bilinç hala oluşmadığı için şu an bir istihdam oluşturamaz. Ancak yöre halkın bilinçli olması durumunda istihdam potansiyeli yaratılabilir.”*
- K4: *“Isparta'nın Kuyucak köyünde kışın 250 kişi yaşamaktadır. Yaz aylarında ise bu köyde yerel insanların sayısı 450-500 kişiye çıkmaktadır. Bu bölge de 10-15 işyeri ya da hizmet yerleri açıldı. Gözlemlerime göre 2017 yılında yaklaşık 80.000 turist bu bölgeye geldi. Bu turistlerin getirisi ise yaklaşık 400.000 -500.000 bin TL gibi bir tutardır. 2017 yılında yöredeki evlerden 7 tanesi pansiyona çevrilerek hizmete açıldı. Bu bitkilerin bulunduğu mevsimde Keçiborlu, Isparta merkez ve Eğirdir ilçesinde otellerde tam doluluğa ulaşıyor. Araba kiralamalar artmaktadır. Bundan dolayı bu işyeri işleten yerlerde bir canlanma olmaktadır. Bu bitki bahçelerinde düğün fotoğrafları çekildiği için düğün fotoğrafçıları sektöründe de bir istihdam artışı söz konusu olmaktadır.”*
- K5: *“İstihdam açısından acente istihdamında bir etkisi olmadı. Ancak bu bitki turizmi Isparta'da istihdam oluşturma potansiyeli vardır.”*
- K6: *“Isparta şehrinde 5 yıldızlı otel olduğumuz için yılın her ayında kaliteli hizmet vermek için aynı personel sayılarımızla bütün yıl devam ediyoruz. Bu bitki turizminden dolayı personel sayımızı artırmıyoruz ama bu bitki turizmi olmasaydı personel istihdamında düşüş olabilirdi.”*
- K7 ve K8: *“Özellikle köylülere bir istihdam sağlamaktadır. Köylerin ürettiği ürünleri gelen turistlere satarak yöresel bir ticaret canlanıyor. Özellikle mevsimsel bir istihdam sağlıyor. Gül ve lavanta ürünleri turizmi kısa sürse de ürettiği ürünlerin satışları 12 aya yayılabiliyor. Bu da yöreye istihdam oluşturur.”*
- K9: *“Turizm kapsamında bir istihdam durumu vardır ama bu yeterli değildir. Bu bitki turizmi için gerekli alt ve üst yapısı yapılırsa ve tesisleşirse istihdam durumu daha da artar.”*

- K10: *“Isparta'nın klasik gelirleri üniversite öğrencisi ve askerlerdi. Bu bitki turizmi birlikte Isparta'da yakın bir zamanda bir istihdam yarattı. Son iki yılda bu bitkilerin ürünler için yedi kozmetik yer açıldı. Benim ile birlikte iki yer de gıda yeri açıldı. Benim ürün verdiğim yerlerde ciddi artışlarım oldu. Türkiye'nin her yerine ürünlerimizi satmaya başladık. Bu bitki turizm kapsamında bitki ürünlerinin satışlarında ciddi artışlar oldu. Kışın bizim için ölü sezon olmasına rağmen biz işçi çıkartmıyoruz.”*
- K11: *“Lavantadan da kozmetik ürünler yapılmaya başlandı ve satışa sunuluyor. Bu üretimin yapıldığı sebat fabrikasında ortalama 40 işçi çalışıyor ve lavantadan ürün çeşitliliği de gittikçe artıyor. Bu bitki turizminin Isparta'da istihdamı olumlu bir şekilde tetiklenmektedir.”*

Gül, Lavanta ve Zambak Bitkileri Turizminin Potansiyelinin Artırılmasına İlişkin Görüşler

Bu araştırma alanı doğrultusunda, “Gül, lavanta ve zambak bitkileri turizminin potansiyelinin artırılmasında ne gibi eksiklikler vardır?” sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların tümü bu bitki turizminin Isparta'da bir turizm potansiyelini oluşturduğunu ifade etmişlerdir. Bununla birlikte *“Isparta'ya gelen turistlerin sayısı artmasıyla birlikte halkın bilinçsiz ve fırsatçı davranışları da artmıştır. Ayrıca bitki ürün fiyatları arasında ciddi farklılıklar vardır, bu durum bitki turizm potansiyelini olumsuz yönde etkileyecektir”* ifadeleri katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Bitki turizminin yaşandığı mevsimde *“konaklama ile zaruri ve doğal ihtiyaçların karşılanması”* konusunda ciddi eksikliklerin olması bütün katılımcıların özellikle belirtmiş oldukları ihtiyaçlardır. Gül, lavanta ve zambak bitkileri turizminin potansiyelinin artırılmasında ne gibi eksiklikler vardır? sorusuna ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

- K1: *“Kurumsal ve profesyonel tanıtım sayfaları bulunmamaktadır. Bu tanıtımlar yöre insanlarının kişisel tanıtım sayfaları ile yapılması bir eksikliktir. Gül, Lavanta ve Zambak bitkileri için ulusal fotoğraf yarışmaları yapılmamaktadır. Ayrıca bu bitkiler için projeler yeterli değildir. Bu bitkilerle ilgili yapılan çalışmalarda kamu kurumlarının ilin sivil toplum örgütlerini yeterli bir şekilde faydalanmamaktadır. Bu bitkilerin üretim çeşitliliğinde teknik yardım desteklerinin yeterli olmadığıdır. Bu bitkilerin daha yeni bir turizm çeşidi olduğu için bu Isparta için bir fırsattır. Eğer doğru bir politika izlenilmezse sürdürülebilirliği olmayacaktır.”*

- K2: “Yerel halkın sattığı ürünler hakkında turistleri bilgilendirebilecek yeterli bir bilgiye sahip değildir. Bu ürünlerin yoğunlukta olduğu Kuyucak köyünde sadece gözleme yapılmaktadır. Bu bitkilerin ziyaret eden en çok yerli turisttir. Eğer yabancı turistte gelirse bu yoğunluğu kaldırmayabilir. Taşıma kapasite yetersizdir. Lavanta, gül ve zambak bahçeleri üzerinde paraşüt yapabilecek mevcut ortam vardır. Bu bitki bahçeleri üzerinde paraşüt etkinlikleri yapılabilir. Bu bitki bahçelerinde konserler düzenlenebilir ve fotoğraf sergileri açılabilir.”
- K3: “Kırsal kesimde bitkilerden yapılan ürün ve gıdalara yönelik bir denetim eksikliği vardır. Bu ürün ve gıdaların kalite kontrolü yapılmamaktadır. Evlerde veya başka şekilde yapılarak doğal ürün diye turistlere satılan bazı ürün ve gıdalar sağlığı tehdit ettiği için turistler üzerinde olumsuz bir durum oluşmaktadır. Gül ve lavanta bitkilerinde ciddi hastalıklar oluşturarak bu bitkilerin görseelliği ve kokusunu bozmaktadır. Bu yöre halkın bilinçsiz gübreleme ve ilaçlama ile oluşmaktadır. Kamu kurumları buna yönelik önlem almalıdır. Bu bitki bahçelerinde bisiklet yolları uygun hale getirilerek bisiklet rotaları oluşturulabilir. Kamu kurumlarının desteklemeleriyle dağ yürüyüşleri ve bisiklet sevenler için uygun yollar düzenlenmesi önemlidir. Bitki bahçeleri Ankara-İstanbul-Denizli-Afyon şehirleri ile Süleyman Demirel havaalanına yakın olmasına rağmen yakınlık avantajını yeterince kullanamamaktadır.”
- K4: “Potansiyelin artırmasında önündeki en büyük engel özellikle yöre halkın turizm konusunda eğitimsizliği ve bilinçsizliği vardır. Yöre insanları bu turizme yeterince katılmıyor. Yöre halkı el emeğiyle ürettikleri doğal ürünleri yaparak turistlere sunarlarsa bu bitki turizm potansiyelini daha da artırır. Bitki bahçelerine yönlendirme levhalarında sıkıntılar vardır. Köy yollarının alt yapısı yeterli değildir. Bitki bahçelerinin yolları da yürümeye elverişli değildir. Mevsimi dönümünde gözleme yapacak kadınları, garson elemanlara ihtiyaç doğmaktadır. Bunları bulmak zordur. Bu nedenle turistlere hizmet kalitesini düşürmektedir.”
- K5: “Bu bitki turizmin potansiyeli olduğu yerlerde özellikle tesis eksikliği vardır. Kahvaltı, öğle ve akşam yemekleri yiyebilecek gerekli ortamlar yoktur. Bu bitki turizm süresi kısa olduğu için tur düzenlenmiyor. Acenteler bir ilin bel kemiğidir ve acenteler bu bitki turizmin açısından etkinliği düşüktür. Acentelerin aktif olmaması potansiyel önünde bir engeldir.”

- K6:” Özellikle Isparta’da bu bitkiler için turizmi yapan acente turları yoktur. Bu Isparta için bu bitki turizminde ciddi bir eksiklik vardır. Isparta’da yaklaşık 15 acente var ama bunlar genellikle hac-umre organizasyonu yapıyorlar. Bu acentelerinde bu bitki turizminde tur faaliyetlerinde başlatılması bu potansiyeli artırabilir. Bu bitkilerin tanıtımı yeterince tanınmıyor. Reklam eksikliği var. Özellikle fuarlarda, ulusal ve uluslararası çalışmalarda bu bitkilerin tanıtımı yeterince yapılmıyor. Bu turizmin potansiyeline ilişkin eğitim yetersizliği vardır.”
- K7 ve K8: Bitki turizmi için gelen turistlere sunulan hizmet kalitesinde (çay, yemek, içecek gibi) ciddi bir eksiklik vardır. Turistlere ürünlerini satarken ve hizmet yapılırken eğitilmiş ve profesyonel bir şekilde yapılmıyor. Yöre insanların turistlere ürün pazarlamasında görgü, tecrübe ve eğitim eksikliği vardır. Özellikle bu bölgelerde bitki turizm potansiyelinin artırılması için vergi kolaylığı veya vergi indirimi ve vergi istisnası gibi kolaylık getirilirse yöreye önemli bir canlandırma getirir. Çünkü bu bölgelerde faaliyet gösteren küçük işletmelerdir. Küçük işletmelerin önünü açabilir. Isparta’daki yerel rehberlerde yöre ve bu bitki turizmi alanında bilgi eksikliği vardır. Bu bitki turizmi mevsimsel olduğu için rehberler bu turizme yönelmemesi bir eksiklik vardır. Bitki turizmi hakkında Antalya rehberler odası Isparta ya yönelik uzmanlaşma eğitimleri verilmesi gerekir.
- K9: Bu bitki turizmi için bahçelerde, ilgili yerlerde alt ve üst yapı eksikleri vardır. Yeterli tesisler yoktur. Nitelikli hizmet veren personel yoktur. Tanıtımlar yeterli yoktur. Daha yolun başındayız. Bu bitki turizmin saatlik ziyaretten çıkartıp bir ve iki güne yayacak şekilde yapılmalıdır. Şimdi bunu başarmış değiliz. Isparta’dan ve Burdur’dan bu bitki bahçelerine gidecek otobüs, minibüs ve servis gibi ulaşım eksikliği vardır. Isparta’daki turizm aktörleri arasında bir koordinasyon eksikliği olduğu için turizme yönelik fikir ve düşünceler bireysel boyutta kalmaktadır.
- K10: Esnaf yabancı turistlerle iletişim kurmada ciddi yabancı dil sıkıntısı yaşıyorlar. Esnaf dolayısıyla iletişim kuramıyor. Gül ürünlerinde ürün çeşitliliği artmasıyla Isparta’da önemli bir sektör oldu. Lavanta ise turizm etkisiyle bir önemli sektör oldu. Özellikle Isparta’nın yol güzergâhlarının kötü olması ve bitki bahçelerine giden direkt yolların olmaması turist potansiyelini artmasında olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü Isparta’dan bu bitkilerin olduğu yere direkt yol olmadığı için gelen turistler yolu uzatarak

ve karıştırarak bulabiliyorlar. Bu da bir eksiklikler. Isparta-Antalya arası yolun çift yol olmaması başta İstanbul üzerinden Antalya gidenler burdur yolunu kullanmaktadır. Antalya burdura göre Isparta'ya daha yakın olmasına rağmen burdur yolunun seçilmesi Isparta-Antalya yolu burdur gibi çift yol olmayışıdır. Bu bir eksiklikler. Zambak gül ve lavanta kadar bir turizm potansiyeli yoktur. Zambak kendine ait bir ürün çeşitliliği olmadığı için talebi daha az görülüyor. Bu bitkilerin daha fazla tanımına ihtiyacı vardır. Bu bitkilerin sezonu kısadır daha uzun zamanlara yayılacak çalışmalar eksiktir. Gül yağı Isparta'da çıkartılıp Fransa'ya gönderilerek mamule dönüşüyor. Bu gül yağlarının Türkiye'de işletilmelidir. Bunu Türkiye'de yapılırsa Isparta'da önemli bir istihdam oluşturur. Isparta ili gül ile özdeşleşmiş olmasına rağmen bu etkiyi Isparta'da hissedilmiyor. Isparta dışından gelen tur rehberlerinin bu bitkiler hakkında yeterince bilgi sahibi değiller. Bu turizm potansiyeli için bir eksiklikler.

K11: Turistler bu bitki bahçelerine uçakla gelirse sıkıntılı bir durumdur. Çünkü Isparta Süleyman Demirel havaalanındaki uçakların kalkış ve iniş saatleri bu tanınırlığa olumsuz bir etki yapmaktadır. Çünkü öğle sonrası 14:15 gibi iniş yapıyor sonraki gün öğle sonrası 13:15'de kalkış yapıyor. Eğer sabah iniş akşam kalkış yaparsa bitki turizmi için gelen turistlerin diğer değerlerinde görülmesinin önünü açar. Restoranlarda hijyen sıkıntısı vardır. Üniformasız ve kaba çalışan personelle bu hizmet veriliyor. Alt yapı sıkıntıları vardır. Yollar da sıkıntılıdır. Tuvaletler eksikliği hijyen eksikliği vardır. Gül ve lavantayı bilen rehberler yoktur. Ayrıca bu göller yöresini bilen rehberlerde yoktur. Hem kültür turizminde hem de gül ve lavanta turizminde bu eksiklik ortaya çıkıyor. Acentelerin yöre hakkında bilgileri olmaması bu turizm potansiyeli açısından bir eksiklikler. Bu da yanlış tur parkur yapılmasına neden oluyor. Tur paketleri rotaları genellikle acenteler birbirini taklit ederek yapıyorlar. Bu da yeni turların açılmasını engelleyerek zamanlama yapılmasında bir engel oluşmaktadır. Kaliteli yatak sorunu vardır. Oteller 2015-2016 yıllarında %25 doluluk oranı yaşarken bu bitki turizminden dolayı ciddi anlamda doluluk oranını yükseltti. Bu doluluk oranı yaşarken kaliteli konaklama hizmetlerin sunulması önemlidir.

Yazılı ve sözlü medya (bilgisayar, internet, cep telefonu, TV... gibi) Isparta'daki gül, lavanta ve zambak bitkileri turizminde kullanımına İlişkin Görüşler

“Yazılı ve sözlü medya (bilgisayar, internet, cep telefonu, TV... gibi) Isparta'daki gül, lavanta ve zambak bitkileri turizminde yeterli bir şekilde kullanımı hakkında ne düşünüyorsunuz?” sorusu katılımcılara yönetilmiştir. Katılımcıların bir kısmı bu bitki turizmin yazılı ve sözlü medyada yeterli bir şekilde kullanıldığını ifade ederken katılımcıların çoğu yazılı ve sözlü medyada yeterli bir şekilde kullanılmadığını ifade etmişlerdir. Yazılı ve sözlü medya (bilgisayar, internet, cep telefonu, TV... gibi) Isparta'daki gül, lavanta ve zambak bitkileri turizminde yeterli bir şekilde kullanımı hakkında ne düşünüyorsunuz? sorusuna ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

K1: *“Sosyal medya da lavanta için yeterli bir şekilde kullanılmaktadır. Türkiye’de çapında yapılan fotoğraf yarışmalarında lavanta bahçelerinde dereceye giren fotoğrafların olması lavanta bahçelerini sosyal medya da farkındalığı artırdı. Kişisel sayfaların dışında ulusal ve uluslararası bazda kamu kurumları veya profesyonel web siteleri bulunmaması yazılı ve görsel medya kullanımını yeterli bir şekilde kullanamamaktadır. Bu bitki bahçelerinde yerli ve yabancı turistler tarafından belgeseller, klipler ve moda için çekimler yapılmaktadır. Bütün bu çekimlerin sosyal medya da düzenli ve toplu bir şekilde bulunmaması bu bitkilerin potansiyelini olumsuz etkilemektedir. Sponsor destekli daha profesyonel paylaşımlar yapılarak sosyal medya etkinliğini artırılabilir. Bundan dolayı bu bitkilerin sosyal medya da kullanımı yetersizdir.”*

K2: *“Köylülerin yaklaşık %80’nin Facebook ve Instagram hesapları vardır. Kendi bireysel imkânlarıyla yapılmaktadır. Ünlü kişilerin bu bahçelere gelmek istediklerinde yerel halkın bu hesapları üzerinden iletişime geçmektedirler. Yazılı ve görsel medya kullanımı kamu kurumları yeterince kullanmamaktadır. Ünlü kişilerin bu bitki bahçelerine gelmeleri kendi takipçilerine yaptıkları paylaşımlarla kapasite daha artabilir. Isparta’daki bu bitkilerin kapasitesi Fransa’daki lavanta bahçeleri olan provence ‘den daha iyidir eğer yazılı ve sözlü medyayı sağlıklı kullanılırsa Fransa’yı geçebilir. Yazılı ve sözlü medya sağlık kullanılmamaktadır. Daha çok bilgi akışı halkın kendi arasında tabir ettikleri ‘fısıltı pazarlama ’ şeklinde bir bilgi vardır. Bu*

kulaktan kulağa aktarılan bir bilgidir. Böyle bilgi ağının olması olumsuz etkiler doğurmaktadır.”

- K3: *“Bu bitkilerin görselliği yazılı ve sözlü medyada başarılı bir şekilde kullanılmaktadır. Ancak bu bitkilerden elde edilen ürünlere ait yeterince tanıtıcı bilgiler bulunmamaktadır. Yazılı ve sözlü medya kişisel tanıtımlar mevcuttur.”*
- K4: *“Bu bitkilerin bilinmesinde en büyük etken çekilen fotoğrafların sosyal medya da paylaşılmasıyla oluştu. Bundan dolayı en büyük kazanımlar bu şekilde oldu. Yazılı ve sözlü medya da kişisel tanıtımlarla yapılmaktadır. Kataloglar ve broşürlerin bireysel yapılıyor. Gül için genel kataloglar ve broşürler varken lavanta için hala genel bir katalog yoktur.”*
- K5 ve K6: *“Bu bitki turizm kapsamında yazılı ve sözlü medya yeterince kullanılmamaktadır.”*
- K7 ve K8: *“Bu tanıtım faaliyeti daha çok lavanta kokulu köy adlı proje kapsamında tanıtıldı. Bundan sonra bu tanıtım daha arttı. Turizm bakanlığı web ana sayfasında da görsel içerisinde lavanta fotoğrafı da olması bu tanıtımı güçlendiriyor. Haber olabilecek ünlü kişilerin davet edilmesi yazılı ve sözlü medya daha etkin kullanılabilir. Bu bitkilerin turizminin tanıtımında daha çok kişisel çabalarla yapılıyor. Profesyonel bir şekilde yürütülüyor.”*
- K9: *“İldeki aktörler olan kamu kurumları, belediyeler ve sivil toplum örgütleri sosyal medyada yeterli bir şekilde kullanılmıyor ve organize edilmiyor. Bu aktörler arasında bir koordinasyon yoktur. Koordine edilmesi gerekir. Yazılı ve sözlü medya kullanımı daha çok bu bitkilere gelen turistlerin yaptıkları paylaşımlarla yapılmaktadır. Isparta'daki aktörler olarak daha kurumsal ve daha da profesyonel bir paylaşımlı siteleri kuramadık. Genel anlamda yeterli bir şekilde kullanılmıyor. Bu bitkilerin bahçelerinde tanıtımı için bir belgesel çekmeyi hedefledik.”*
- K10: *“Yazılı ve sözlü medya yeterli bir şekilde kullanılıyor. Bu tanıtım Isparta içi değil daha çok dışardan gelen turistler yapıyorlar. Isparta'ya gelen turistlerin Isparta'da satın aldıkları ürünlerin memleketlerine götürmesiyle en büyük tanıtımı bu şekilde yapılıyor. Bunun için kaliteli ürün üretmek tanıtım açısından önemlidir.”*
- K11: *“İşletmeler yeterince kullanılmıyor. İstenilen düzeyde değildir. Gelenlerin aracılığıyla bu görsellerin paylaşılması ciddi etkileri*

oluyor. Kelebek etkisiyle bu paylaşımları gören diğer kişilerde bu bölgelere geliyorlar.”

Gül, Lavanta ve Zambak Bitkilerini Ziyaret Eden Turistlere İlişkin Bilgilerin Kayıt Altına Alınmasına İlişkin Görüşler

“Gül, lavanta ve zambak bitkilerini ziyaret eden turistlere ilişkin bilgiler kayıt altına alınmakta mıdır? Kamuoyunun bu bilgilere erişmesinde önündeki engeller nelerdir?” sorusu katılımcılara yönetilmiştir. Katılımcıların bir kısmı bu tür bilgilerin kısmı olarak yerel işletmeler ve ilgili kamu kurumları tarafından tutulduğu ifade ederken katılımcıların bir kısmı da turistlere ilişkin herhangi bir bilgi tutulmadığı tutulan bilgilerin de ihtiyaçlara cevap vermediğini ifade etmişlerdir. Gül, lavanta ve zambak bitkilerini ziyaret eden turistlere ilişkin bilgiler kayıt altına alınmakta mıdır? Kamuoyunun bu bilgilere erişmesinde önündeki engeller nelerdir? sorusuna ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

- K1: *“Bu bitkilere ait bir bilgi bankası olmadığı için bu bilgilere erişmek mümkün değildir. Kurumların web sitesi sayfalarında bu bitki bahçelerinde fotoğraf çekim alanlarının olması gerekir ama bulunmamaktadır. Kurumların web sayfalarında var olan bilgilerde yetersizdir.”*
- K2: *“Keçiborlu Kaymakamlığın Facebook’da açtığı ‘lavanta kokulu köy’ adlı sayfa da bazı bilgiler mevcuttur. Ayrıca Keçiborlu Kaymakamlık sayfasında bazı bilgiler vardır.”*
- K3: *“Gül birlik, senir ve sebat gül bunlara ilişkin istatistik bilgiler tutmaktadırlar. Bu bilgiler tur şeklinde gelenlerin bilgisidir. Bireysel gelenler için herhangi bilgi yoktur. Burada tutulan bilgilere göre 2017 yılında 60.000 turist gelmiştir. Kamuoyu bu bilgilere erişebilir.”*
- K4: *“Bu bilgiler kayıt altına alınmıyor. Bireysel olarak bir ziyaretçi defterini tutma düşüncesi vardı ama yapamadık. Bilgilerin kayıtları altına almak eksiklerimizi daha çabuk görürüz. Böylece daha hızlı önlem alabiliriz. Bu bitki turizmine yönelik genel bir organize edilmiş kayıtlı bilgi yoktur. Bilgilerin kayıt edilmesi güçlü ve zayıf yönlerimizin bilinmesinde önemlidir.”*
- K5: *“Böyle istatistik bilgiler kayıt altına alınmıyor. Bilgilerin kayıt altına alınması önemlidir.”*

- K6 ve K10: *“İl Kültür ve turizm müdürlüğü, Güneykent belediyesi ve Keçiborlu kaymakamlığı tarafından turistlere ilişkin bilgiler tutuluyor.”*
- K7 ve K8: *“İl kültür ve turizm müdürlüğü otellerden, pansiyonlardan ve konaklama yerlerinden her ay düzenli olarak verileri topluyor ve turist sayısını bu şekilde belirliyoruz. Bunları web sayfasında yayınlıyoruz.”*
- K9: *“Bilgiler kayıt altına almada sadece konaklamalarda yapılıyor. Konaklama sayılarına bakılarak ulaşılabilir ancak. Bu verilerde kültür il turizm tarafından takip ediliyor. Böyle istatistik bilgileri tutmak için konaklama tesislerin artırılması gerekir. Bu tesisler artarsa bu bilgilerin kayıt altına alınmasında da artar. Ancak kültür turizm müdürlüğünde belirlenen turist sayılarında konaklama verilerden yararlandığı için kaç turist için geldiği bilinmemektedir. Konaklama tesisleri artarsa bu tür bilgilerin kayıt altına alınması da artar. Bu tür bilgilerin kayıt altına almak için herhangi bir mekanizma yoktur. Bunun kurgulanması da zordur. Bu bitkiler bahçelerinde faaliyet gösteren kadın kooperatif alanına giren araç sayılarına ve araçlardaki insan sayısına bakılarak turist sayısını ölçmeye çalışıldı. Bu şekilde hesaplamayla 2017 yılında bu bitki ziyaretine 110.000 turist geldiği söylenmektedir. Ancak bu bahçeye gelmeyip başka bahçelere gelen turistler de dâhil edilmemiş oldu. Böyle ölçümlerin yapılabilmesi için bu bitkilerin bulunduğu alanlarda tesisler olursa ve hassasiyet gösterirlerse böyle ölçümler yaygınlaşır ve bu bilgiler elde edilir.”*
- K11: *“Öyle bir sistem yoktur. Turizm bakanlığı turistlere ilişkin istatistik bilgilerini üç ayda bir rapor düzenliyor. İstanbul, Ankara, Antalya ve İzmir başta olmak üzere Türkiye'nin dört bir yanından olmak üzere geliyorlar.”*

Turistlerin Profilini Ölçen ve Demografik Yapısını Belirleyen Sistemlere İlişkin Görüşler

“Turistlerin profilini ölçen ve demografik yapısını belirleyen herhangi bir sistemin eksikliği veya varlığı gül, lavanta ve zambak bitkileri turizmini nasıl etkiler?” sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı *“böyle bir sistemin olmadığı ama böyle bir sisteminin kurulması hedef kitlenin belirlenmesi açısından önem taşıdığını ifade etmişlerdir.”* Turistlerin profilini ölçen ve demografik yapısını belirleyen herhangi bir sistemin eksikliği veya varlığı gül, lavanta ve

zambak bitkileri turizmini nasıl etkiler? sorusuna ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

- K1: *“Hedef kitlenin belirlenmesi açısından önemlidir. Mevcut durumda böyle bilgilere ulaşılmamaktadır. Turistlere ilişkin bilgilere daha çok kulaktan dolma bilgilerle sağlanmaktadır. Gözlemlerime göre bu bitkilere bayanlar daha çok ziyaret etmektedir.”*
- K2: *“Böyle bir resmi bilgi ve sistem yoktur. Tahmin ve gözlemlere göre turist sayısı söyleniliyor. Gözlemlere göre 2018’ de bu bitkiler için 500.000 turist hedeflenmektedir. Özellikle Antalya’dan turistler gelmektedir. Bu bitkilere gelen turistlerin yaklaşık %30’u özel olarak kendi başlarına gelmektedirler.”*
- K3: *“Bitki çiçekleri özellikle bayanlara hitap ettiği için bayanlar daha çok gelmektedir. Emekliler sağlık için, orta gençler doğal ürünler için gelebiliyorlar. Mevcut durumda böyle bir veri yoktur. Tutulması gerekir çünkü hangi kitle geldiği bilinmesi açısından önemlidir.”*
- K4: *“Bayanlar daha çok tercih ediyorlar. Her türlü ekonomik grupta gelen vardır. Turistlerin yerel bölgeye bıraktığı ekonomik katkı açısından böyle bir sistemin olması önemlidir.”*
- K5: *“Acenteler açısından önemlidir. Çünkü talep ve arz belirlenmesinin önünü açar.”*
- K6: *“Önemlidir. Hangi kesime yönelik politika belirleneceği açısından bizlere yön verir.”*
- K7 ve K8: *“Yabancı turlardan gelen gelir seviyesi daha yüksektir. Yerli turistlerin gelir seviyelerinde de orta düzeydedir. Lavantaya gelen turistlerin %90’ını bayanlardır. Böyle bir sistemin olması pazarlama açısından önemlidir. Ancak böyle bir sistem yoktur.”*
- K9: *“Bu şekildeki istatistik bilgileri zaten BAKA olarak elde etmeye çalışıyoruz. Ama öyle bir veri yoktur. Böyle bir bilgi elde edilirse kitle belirleme açısından böyle sistemlerin kurulması önemlidir. Turizme yönelik belirlenecek stratejiler için önemli bir etken olur. Ayrıca kaynak israfını da engeller doğru adımların atılmasını sağlar.”*
- K10: *“Böyle sistemlerin olması bu potansiyeli kesinlikle etkiler. Hangi bölgeye hitap edilecek ve ne kadar turist geldi, kime ne kadar ürün ve tür ürün satıldığı açısından önemlidir. Ürün yapmak için %25’i oluştururken %75’i satış oluşturmaktadır.”*

K11: *“Böyle bir sistem yoktur. Ama hedef kitle açısından önemlidir. Eksikliklerimizin görmemiz açısından önemlidir. Mevcut durum analizleri yapılırsa hedefsel çalışmalar yapılabilir. Lavantada özellikle bayanları daha da etkiliyor. Sadece bayanlar grup oluşturup lavanta turlarını düzenliyoruz.”*

Turistlerin Gül, Lavanta ve Zambak Bitkilerini Tercih Etme Nedenlerini Belirleyen Sistemlere İlişkin Görüşler

“Turistlerin gül, lavanta ve zambak bitkilerini tercih etme nedenlerini belirleyen bir sistem var mıdır? Olmaması Isparta'nın turizm faaliyetlerinin sunumunu nasıl etkiler? sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı *“böyle bir sistemin olmadığı ama böyle bir sisteminin kurulması hedef kitlenin belirlenmesi açısından önem taşıdığını ifade etmişlerdir. Ayrıca turistlerin bu bitkileri tercih etme nedenleri bitkilerin kokusu ve görselliğidir.”* Turistlerin gül, lavanta ve zambak bitkilerini tercih etme nedenlerini belirleyen bir sistem var mıdır? Olmaması Isparta'nın turizm faaliyetlerinin sunumunu nasıl etkiler? sorusuna ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

K1: *“Bu bitkileri ziyaret edenlerin tercih etme nedenleri görselliği yakalamak ve fotoğraflamaktır. Gezginler ve fotoğrafçılar hem gezmek hem de fotoğraf çekmek için gelirler. Özel paket turlarıyla örneğin fotoğrafçılar için bu bitki bahçelerinde gece çekimleri, güneş batımı ve doğuşunu fotoğraflamak için özel turlar düzenlenebilir. Fotoğrafçıları bu bitki bahçelerine olan tercihlerini olumlu yönde etkileyebilir.”*

K2: *“Özellikle lavantanın renginin mor olması etkileyici bir görselliği getirmektedir. Ayrıca lavantanın kokusu da turistlerin tercihi etkilemede önemli bir etkidir. Antalya'daki turistlerin yazın sıcak iklimin ve denizin bir alternatifi olarak tercihlerini bu bitkileri ziyaretinde kullanmaktadırlar.”*

K3: *“Uzak doğulular gülün yağı ve suyu için, Fransızlar bu bitkilerin bulunduğu iş sektöründe yağ kalitesini öğrenmek için yerel halk ise görsellik ve lavanta kokusu için geliyorlar. Isparta'da bitki turizmi daha yeni olduğu için böyle sistemlerin kurulması da erkendir. Bu bitki turizminin sürdürülebilirliği olabilmesi için ileri zamanda böyle sistemlerin kurulması gerekir.”*

K4: *“Gözlemlerime göre turistlerin tercih etme nedenleri, bu bitkilerin görselliği, kokusu ve doğallığıdır. Mevcut durumda öyle bir sistem yoktur. Çünkü koy ortamında bitki bahçeleri dağınık olduğu için böyle bir sistem kurmak zordur.”*

- K5: *“Özellikle merak uyandırıyor. Kokusu ve görselliği için geliyorlar. Böyle sistemlerin kurulması bizim için önemlidir.”*
- K6: *“Tercih etme nedenleri başında yeni bir tür turizm etkinliği olmasıdır. Tur şirketleri turları her yıl klasik turlarını yapıyorlar ve insanlar artık bunlardan sıkılmaya başladılar. Ancak bu bitkilerin yeni ve farklı olması alternatif turizmin önemli hale gelerek insanlar buraya görmek için gelmeye başlıyor. Tercih etme nedenlerini belirleyen sistemlerin belirlenmesi bize fikir verme açısından önemlidir. Biz otel olarak bu bilgileri acenteler ve turist rehberleri aracılığıyla alıyoruz.”*
- K7 ve K8: *“Gelen turistlerin hem Isparta ilini geziyorlar hem de bu bitkileri ziyaret ediyorlar. Özellikle insanların bu bitki bahçelerinde görselliği kullanarak çektiği fotoğraflarda sosyal medyada paylaşma isteği ile geliyorlar. Reklam medyasından etkilenen insanlar bu bitki bahçelerine gelerek çektikleri fotoğrafları sosyal medya da paylaşıyorlar.”*
- K9: *“Gül Isparta'ya özgüdür. Isparta gülü başka bir yerde olsa da Isparta'da kadar yağ kalitesi olmuyor bu açıdan Isparta için bir avantajdır. Özellikle lavanta sosyal medya da paylaşımlar yapmak için geliyor. Görsellik ön plandadır. Gül için arzı biz oluşturduk herhangi bir yerden talep gelmedi. Bizim çabamızla gül turizmi oluştu. Lavanta ise tam tersi lavanta da turizm açısından bir talep oluşturdu. Lavanta görselliği açısından geliyorlar. Özellikle son dört ve beş yıldır turistler geliyorlar. İnsanlar rutin turizm faaliyetlerinden sıkılıp farklı bir etkinliklere gitmek için bu bitkiler bu turistler için bir değişiklik oldu. İnsanlar bu bitki bahçelerine gelerek fotoğraf çekip soysal medya da paylaşma isteğiyle oluştu. Bu insanların geliş nedeni budur. Lavanta için Fransa'daki provence gidip orda fotoğraf çekeceğimize Isparta'yı tercih etmeye başladılar. İnsanların farklı arayışların içinde olmasının bir sonucudur. Bizim de yapmak istediğimizde bu mudur? Bu insanların buraya gelip fotoğraf çekip göndermek midir? Yoksa buradaki bitki turizmin kalıcı turizme haline getirmek midir? Fotoğrafçılar özellikle geliyorlar.”*
- K10: *“Gül ve lavanta sağlık açısından tercih edilirken kozmetik ürünlerde bayanlar tarafından en çok tercih ediliyor. Böyle sistemlerin olması önemlidir. Bizim potansiyelimizi olumlu etkiler.”*

K11: *“Tercih etme nedenleri sosyoloji ve psikoloji konusu da olabilir. Genellikle kokusu ve görselliği için tercih ediyorlar. Tercihler bilinirse ona göre reklam filmleri çekilebilir. Tercihlerin belirlenirse; sağlık, rahatlama mekânları açılabilir. Sağlık ve yaşam tesisleri açılabilir. Büyük şehirlerde stres altında olanlara böyle bir imkânların olduğu reklamlarla tanıtımlar yapılarak bu kitleyi buraya çekme durumu olur.”*

Gül, Lavanta ve Zambak Bitkilerinin Ziyaretine Gelen Turistler En Çok Nerden Geldiği ve Isparta'nın Bu Bitki Turizminde Antalya, Konya ve Denizli'nin de İçinde Olduğu Tur Paketlerine Dâhil Edilmesine İlişkin Görüşler

“Gül, lavanta ve zambak bitkilerinin ziyaretine gelen turistler en çok nerden gelmektedir? Antalya, Konya ve Denizli'nin de içinde olduğu tur paketlerine dâhil edilmemesindeki sıkıntılar nelerdir? Öyle bir girişim var mıdır?” sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı *“yerli turistlerin başta Antalya olmak üzere büyük şehirlerden ve batıdaki şehirlerden geldiğini; yabancı turistlerin ise Çin, Kore ve Japonya'dan geldiklerini ifade etmişlerdir. Antalya, Konya ve Denizli içinde olduğu tur paketlerine birkaç girişim oldu ama yeterli sonuç alınmadığını belirtmişlerdir.”* Gül, lavanta ve zambak bitkilerinin ziyaretine gelen turistler en çok nerden gelmektedir? Antalya, Konya ve Denizli'nin de içinde olduğu tur paketlerine dâhil edilmemesindeki sıkıntılar nelerdir? Öyle bir girişim var mıdır? sorusuna ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

K1: *“Isparta'ya çevre illerden çok turist gelmektedir. Özellikle Antalya da bulunan yabancılar çok fazla sayıda gelmektedir. Bu bitkileri ziyaret edenlerin hangi illerden ve nerden geldikleri konusunda raporlamaların üretilmesi gereklidir. Kaynakların ve varlıkların kullanılması için kültür ve turizm il müdürlüğü bu raporlama sistemlerinin kurulmasında öncülük etmelidir.”*

K2: *“Bu bitkilere özellikle Antalya, İstanbul, Bursa ve Ankara'dan yerli turist gelmektedir. Yabancı turistlerde ise Rus turistlerin geçen yıla nazaran sayılarında azalma oldu. Az sayıda olsa Alman ve Arap turistler de gelmektedirler. Tur işlerinde daha çok komisyoncular etkilidir. Komisyoncular belli bir ücret karşılığında turları bu bitki bahçelerine döndürülebilir. Özellikle Antalya'dan turistler gelmektedir. Tahmin ve gözlemlere göre 2018' de bu bitkiler için 500.000 turist gelmesini hedeflenmektedir. Bu bitkilere gelen turistlerin yaklaşık %30'u özel olarak kendi başlarına gelmektedirler.”*

- K3: *“Başta Antalya olmak üzere İstanbul, Muğla’dan ve İzmir’den ise daha yeni yeni turistler gelmektedir. BAKA aracılığıyla uzak doğudan turistler gelmektedir. Gül, turist açısından değerlendirilebileceği süre 45 günlüktür. Ayrıca gül hasadı erken saatlerde toplandığı için turistlerin güle karşı çekiciliği azaltılmaktadır. Ancak lavanta haziranın yirmisinden başlayarak ağustosun sonuna kadar lavanta sezonudur. Lavanta sezonu daha uzun sürelidir. Gül, lavanta ve zambak bahçeleri Denizli, Ankara ve İstanbul yolu üzerinde oluşu için bireysel olarak ziyaretler vardır. Yerel belediye ve fabrikalardan bu bitkilere kaç tur ve nerden yapıldığı öğrenilebilir. Genellikle istatistikler bunlar tutmaktadır. Ancak internet ortamında paylaşılmamaktadır.”*
- K4: *“Başta Antalya’dan geliyorlar. Türkiye’den batıdaki illerden burs, İstanbul, Eskişehir, Konya’dan geliyorlar. Daha sonra Adana, mersinden en az gelen tur isler ise Muğla ve İzmir’dir. Yurtdışından ise Tayland, Hong Kong ve Çin’den turist gelmektedir. Benim lavanta bahçeme yabancı turist 2015 yılında 43 grup yaklaşık 1.000 kişi geldi. 2016 yılında yabancı turist Türkiye’deki terör olaylardan dolayı hiç gelmedi. 2017 yılında yabancı turist ilk defa bir grup Hollanda’dan toplam 40 grup yaklaşık 800 kişi geldi. Yerli turlarla da otobüs bazın 2017 yılında 120 grup yaklaşık 8.000 kişi geldi. Bunların dışında gelen bireysel turistler 10.000 kişidir. Benim bahçeme gelen turistlerin tamamına yakın yabancı turlar Konya ve Kapadokya üzerinden Pamukkale’ye giderken ya da Pamukkale’de gece konaklaması yaptıktan sonra Konya’ya geçerken bu lavanta bahçelerini de tur içine katıyorlar. Bu bitkilerin tur paketlerine dâhil edilmesinde yöre halkın bireysel cabalarıyla olmaktadır.”*
- K5: *“Özellikle Çin ve Japonya’dan gül için geliyorlar. Büyük şehirlerden bu bitki bahçelerine geliyorlar. Bunların çoğu tur paketleri halinde geliyorlar. Konya, Denizli ve Antalya tur acentelerine tur paketlerine dâhil etme girişimleri vardır.”*
- K6: *“Yabancı turist en çok Çin ve Japonya’dan geliyorlar. Yerli turistler ise çoğunlukla ege bölgesi, İstanbul ve Isparta içinden geliyorlar. Ara sıra doğudan da gelenler var. Geçen yıl gazi Gaziantep’ten gelen bir tur oldu. Isparta’nın Antalya, Konya ve Denizli kavşağındadır. Ancak bu kavşaktan geçenler yorgun oldukları zaman otele geliyorlar. Bu kavşağı Isparta valiliği bu bitki turizmin tanıtımı için gerekli girişimler olmuştur. Özellikle Isparta valiliği tarafından TÛRSAB’a kayıtlı 38 acenteyi Isparta’ya davet edildi*

bu bitki bahçeleri gezdirerek bu bitkilerin turizmi için tur etkinliklerine dâhil edilmesi için önerildi. Otelimize geçen yıl gelen 25 acente turlarının çoğu gelen bu acentelerin arasında ya da bu acentelerin tavsiye ettiği acente turlardandır.”

K7 ve K8: *“İstanbul, Ankara ve İzmir’den geliyorlar. en çok da Antalya’dan geliyorlar. Antalya, Konya ve Denizli’nin de içinde olduğu tur paketlerine dahil edilmesi için girişimler oldu.”*

K9: *“İstanbul, İzmir çevre illerden(Antalya, Denizli, Afyon) lavantaya, yabancılarda gülle geliyorlar. Gül ve lavanta kitlesi farklıdır ve farklı olmalıdır. Lavanta için 100.000 kişi gelebilir ama gül için bu kadar kişinin gelmesine gerek yoktur. Gül için daha butik bir turizm gerektiriyor. Daha gelir seviyesi yüksek olanlara hitap etmeli. Tarımsal faaliyetleri yapabilecek eko-çiftlik modeli gül için yapılabilir. İnsanlar güllü toplayabilecek, tavuklara yemini yapılacak bir sisteme doğru gidilebilir. Özellikle yabancı turistlerin döviz getirisi daha fazla olduğu için bunlara yönelik girişimlerimiz oldu. İç ve dış turistler için Antalya, Konya ve Denizli’nin de içinde olduğu tur paketlerine dâhil edilmesi için girişimler oldu. İç ve dış turist açısından yapıldı. Ancak bu girişim yerel girişimcilerle yapılıyor. Gittiğimiz fuarlarda orda gerekli tanıtım girişimlerimiz vardır. Biz ajans olarak belediye, kaymakamlık, otel ve acentelerin tanıtımlarını yapmak için bu tür fuarlara götürüyoruz.”*

K10: *Gül için en çok yurt dışından geliyorlar. Özellikle Çin Japonya ve Fransa’dan geliyorlar. Lavanta daha yeni olduğu için Türkiye’nin çok kişi geliyorlar. Konya üzerinden gelenler Isparta’ya merkezine uğruyorlar böylece Isparta faydalanabiliyor. İstanbul üzerinden gelenler ise burdur üzerinden Antalya’ya gittikleri için Isparta merkezine uğramıyorlar. Bu da Isparta esnafı için sıkıntılıdır. Konaklama ve tanıtımların sağlıklı olmaması bu tur paketlerinin önünde engellerdir. Bu tur paketlerine dahil edilmesinde en önemli etken kaliteli ürünlerin yapılmasıyla olur.”*

K11: *“Başta İstanbul, İzmir, bodrum, Kuşadası ve Ankara’dan tur şeklinde ve konaklamalı olarak günü birlik ise Antalya’dan geliyorlar. Yabancı turistler ise uzak doğulular (kuzey ve güney Kore ve Çin gruplarının Arap, İran ve Almanya) geliyorlar. Bu konuda hakkında Güneykent belediyesi, Keçiborlu kaymakamlığından bilgi alınabilir. Antalya, Konya ve Denizli’nin de içinde olduğu tur paketlerine dahil edilmesinde özellikle Konya ile entegre yapmaya çalıştım ama olmadı. Çünkü gül ve lavanta*

başlı başına bir çekici potansiyeli vardır. Diğer gruplarla entegrasyonu zordur. Çünkü ana hedef bu bitkileri ziyaret etmektir. Özellikle Antalya'daki acenteler önemlidir. Bu acenteleri ikna etmek gerekir. Bu acentelerde kendileri sübvansede edilmesi istiyorlar. Bu bitki turizminden Antalya'daki yabancı turistlerden yeterince faydalanılmıyor. Bu turistlerin Antalya'ya geliş nedenleri farklı olduğu için olabilir. Pamukkale'nin tanınırlığı bu bitkilerden fazla olduğu için orayı tercih ediyorlar. Antalya, Konya ve Denizli'nin de içinde olduğu tur paketlerine dâhil edilmesi için biz bölgeyi tanıtmak amacıyla Antalya ki acentelerine ve rehber odasına davet yaptık ama karşılık bulmadık. Onlar için bilindik parkurları yapmak daha iyidir. Yeni parkurlara pek sıcak bakmıyorlar.”

Gül, Lavanta ve Zambak Bitkilerinin Ziyaretine İlişkin Bilgi ve İletişim Sistemleri Hakkında Görüşler

“Gül, lavanta ve zambak bitkilerinin ziyaretine ilişkin bilgi ve iletişim sistemlerinin olması veya olmaması Isparta'da gül, lavanta ve zambak turizminin gelişimine nasıl etkilemektedir?” sorusu katılımcılara yöneltilmiştir. Katılımcıların tamamı “*bu bitkilere gelen turistlere ilişkin herhangi bir bilgi ve iletişim sisteminin olmadığı; böyle bir sistemin kurulması gerektiğini ifade etmişlerdir.*” Gül, lavanta ve zambak bitkilerinin ziyaretine ilişkin bilgi ve iletişim sistemlerinin olması veya olmaması Isparta'da gül, lavanta ve zambak turizminin gelişimine nasıl etkilemektedir? sorusuna ilişkin bazı katılımcıların görüşleri şöyledir:

K1: “*Bu bitkilere dair yeterli bir düzeyde bilgi üretilmemesi acentaları, akademisyenleri ve üreticileri olumsuz etkilemektedir. Bu bitkilere yapılacak alan araştırmaları, hedef kitlesinin belirlenmesi yardımı ve teşvikleri olumsuz yönde etkiler. Isparta'daki tarafların bu bitkilere ait bilgi ve iletişimin kurulması için gerekli bütçe ayırmadıkları ve gerekli çaba göstermediği görülmektedir. Tarafların bilgi ve iletişimin kurulmasında gerekli duyarlılık gösterilmemektedir. Tarafların bilgi ve iletişimin önemi hakkında bilinçli bir seviye oluşmamıştır. Yerel halka gerekli bilinçlendirme çalışmaları yetersizdir. Bitki bahçelerinde sosyal medyada turistlerin rahatlıkla erişebildiği fotoğraf çekim merkezleri bilgisinin olması önemlidir.*”

K2: “*Bilgi ve iletişimin varlığı hedef kitlenin bilinmesi açısından önemlidir. Yol levhaları yeterli değildir ve var olan yol levhaları da anlaşılır olmadığı için yanlış yönlendirmeler mevcuttur. Bu*

bitki bahçelerine gelen turistlerin yollarda bulunan levhaların kişileri yönlendirilmelerinde ciddi sıkıntılar vardır. Bundan dolayı turistler gideceği yerlere yerel halktan sormaktadır. Yerel halkta belli bir noktadan sonra doğru bilgi vermeyerek turistleri yanlış yönlendirmektedir. Bilgi ve iletişim, yöre halkı ve Isparta ili faaliyetlerinin yürütülmesinde etkilidir.”

- K3: *“Bilgi ve iletişimin kurulması hem üretimin hem de satışın her sürecini olumlu etkiler. Üreticilerin ve satıcıların kendi aralarında bilgi ve iletişim kopukluğu vardır. Bu bitki bahçelerine giden yol levhalarında eksiklik vardır. Bu bitkilere ait en uygun saatin ne zamanda olacağı bilgisi olması önemlidir. Bilgi ve iletişim sistemleri hakkında ilin sivil toplum örgütlerinde yeterli düzeyde bir farkındalık olurken kamu kurumlarında ise bu farkındalık yetersizdir.”*
- K4: *“Bilgi ve iletişimin varlığı son derece önemlidir. Isparta'nın doğa ve kültürel potansiyeli var ama kullanımında hala yetersizdir. Bilgi ve iletişim bireysel yapıldığı için yeterli kullanılmamaktadır. Daha profesyonel yapılırsa iyi sonuçlar alır.”*
- K5: *“Reklam olarak sosyal medya kullanılıyor. Turistlerin erişebilecek herhangi bir sistem yoktur.”*
- K6: *“Bilgi ve iletişim eksikliği vardır. Bu bilgi ve iletişim tur ve acenteler aracılığıyla yürütülmesi gerekir. Bu Isparta için bir eksikliklerdir. Turizm danışma büroları daha aktif ve daha yaygın yerlerde hizmet vermelidir. Sadece belli yerlerde konumlanmıştır. Bu bitki turizmin yoğun olduğu mevsimde otogar, bitki bahçelerinin bol olduğu yerde etkin bir rol oynamalıdır. Bu bitki turizmin yoğun olduğu mevsimde birey olarak bu bitki bahçelerine gitmek için hem gerekli bilgi ve hem de ulaşım eksikliği vardır. Isparta merkezinden otobüs, minibüs gibi araçların bu bitki bahçelerine ulaşım yapılamaması bireysel giden turistler için bir engel teşkil etmemelidir.”*
- K7 ve K8: *“Özellikle Antalya da Antalya tanıtım vakfı kurulmuş ve Antalya da gerekli tanıtım faaliyetlerini yürütüyor. Böyle bir vakfın Isparta'da kurulması Isparta turizm potansiyelinin artırılmasını da ve bilgi iletişim sağlanmasında önemli bir etki yapar. Bilgi ve iletişim sistemleri eksikliği vardır. Ancak bilgi ve iletişim sistemleri kurulursa bunun içinde verileri analizi ve değerlendirilmesi içinde eğitilmiş nitelik personellere ihtiyaç doğar.”*
- K9: *“Yeterli değil biz böyle çalışmalar içerisindeyiz. Sosyal medyalarda bilgilerin kolay yayılması ve kolay bir şekilde erişmesi*

mümkündür. Bu nedenle bu sosyal medyaları etkin bir şekilde kullanmak gerekir. Bilgi ve iletişimin kullanılabilirliği için profesyonel bir çalışma yapmaya çalışıyoruz. Reklamlarla yapılan tanıtımlar sonucunda gelen turistlerin reklamlarda gördüğü mekânlar gibi kaliteli ve nitelikli tesislerin sunulması gerekir. Aksi takdirde bu gelen turistler için bir tez avantaj oluşturabilir. Elinde olan imkânların yeterli bir şekilde olması gerekir ki tanıtımları bu şekilde yapılması gelen turistlerin beklentileri açısından önem taşır. Doğru tesislerin nerde yapılması gerekir, doğru reklamlar nasıl yapılmalı, broşürler nasıl hazırlanması konusunda bir acil eylem planı yapılmalıdır ve bu böyle bir çalışma içindeyiz. Özellikle bu turizmden bir gelir elde eden her aktörün bu turizme yönelik fikir ve düşüncesini belirlenmeli ve aktarmalıdır. Bu şekilde bu turizmi sahiplenmiş olacaktır.”

K10: *“Bu bitki turizminde bilgi ve iletişim eksikliğini yaşıyoruz ve böyle sistemlerin kurulması bizim için avantajlıdır. Bu turizm potansiyelinde bilgi ve iletişim için internet yeterince kullanılmıyor.”*

K11: *“Grup şeklinde gelen turistler acente ve köylüler tarafında karşılanıyor ve bilgilendirme yapılıyor. Bilgi ve iletişim konusunda turizm il müdürlüğü tarafından bu ağ oluşturuluyor ya da oluşturulması gerekir. Konaklama tesisleri hakkında web sayfalarında yeterli bilgi yoktur. Isparta ilinde bir bilgilendirme merkezi kurulabilir (gülün, lavantanın tarihi, sosyal yaşama etkisi, yemeklere yansımaları, ikrama yansımaları gibi ayrıca tur rotaları (harita üzerinde işaretlenmeli) ve yolların da olacak şekilde bilgilerin olması lazım. Gül için yedi hafta olması gerekirken dört hafta gül sezonu programlara dâhil ediliyor. Bunlar acente ve konaklamacılar bilmiyorlar. Bilgi ve iletişim eksikliği vardır.”*

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Gül, lavanta ve zambak bitkileri, Isparta turizminde son yıllarda ciddi bir şekilde turist sayısında artış sağlamıştır. Eğirdir gölü, Kovada gölü, Salda gölü, Sagalassos Antik Kenti ve Sazılı Kanyon olmak üzere Isparta ve Burdur’un birçok doğa değerlerinin tanınırlığına katkı sağlamıştır. Isparta’nın simgesi olan gül ile yapılan gıda ve kozmetik ürünlerinin satışlarını artırarak kültürel değerlerin tanıtımına güç katmıştır.

Başta konaklama sektörü olmak üzere fotoğrafçılık sektörü, araç kiralama, gül ürünlerini satan esnaflar, yöre insanların yaptığı hediyelik

eşyalar ve yiyecekler, bahçe sahiplerinin yaptığı hediyelikler, çiftçilerin ürettiği lavanta balı ve diğer satılık eşyalar gibi Isparta'nın birçok alanında ekonomik canlandırma sağlamıştır. K7 ve K8'in görüşlerine göre 1 yerli turist Isparta'da ortalama minimum 100 TL harcama yaptığını tespit edilmiştir. Diğer bir katılımcı da gelen turistlerden bazıları gül ürünlerine ortalama 1.000 TL harcama yaparken, turist başı en az 150-200 TL gül ürünlerine harcama yapmaktadır.

Turizm kapsamında gül, lavanta ve zambak bitkileri özellikle mevsimsel açıdan istihdam oluştursa da gül ve lavantadan yapılan gıda ve kozmetik ürünlerinin satışları 12 aya yayılabilmektedir. Bu özellikle turizmle gelen bir durumdur. Bu bitki turizminin bulunduğu mevsimde bitkilerin bulunduğu yöre doğrudan bir istihdam oluşturduğu görülmektedir. K4'un ifadesine göre Isparta'nın Kuyucak köyünde kışın 250 kişi yaşamaktadır. Yaz aylarında ise bu köyde yerel insanların sayısı 450-500 kişiye çıkmaktadır. Bu bölge de 10-15 işyeri ya da hizmet tesisi açılmıştır. 2017 yılında yaklaşık 80.000 turist bu bölgeye gelmiştir. Bu turistlerin getirisi ise yaklaşık 400.000-500.000 TL gibi bir tutardır. 2017 yılında yöredeki evlerden 7 tanesi pansiyona çevrilerek hizmete açılmıştır. Bu bitkilerin bulunduğu bölgeler dışında dolaylı bir etki söz konusudur.

Bu bilgiler kapsamında gül, lavanta ve zambak bitkileri Isparta için bir turizm potansiyeli ve bir turistik çekiciliktir.

Isparta'da alternatif turizmi içinde gül, lavanta ve zambak bitkileri için gelen turistler önemli yer tutmaktadır. Hızla ve beklenmedik bir şekilde büyüyen bu turizm doğru sistemler kurulmazsa kısa vadede bir kazanç sağlanır ama uzun vadede kaybetme tehlikesi yaşanabilmektedir. Sürdürülebilir alternatif turizmin temelinde doğru ve uzun vadeli planlar yaparak ulaşılmaktadır. Günümüzde en önemli sistemden biri olan iç kontrol sisteminin kurulması önem taşımaktadır. Kurulacak bir iç kontrol sisteminin de kontrol ortamı, risk değerlendirilmesi, kontrol faaliyetleri, bilgi ve iletişim, izleme unsurları kurularak, kaynakların etkili, ekonomik ve verimli bir şekilde kullanılmasına imkân sağlamaktadır. Ayrıca bu sistem sonucunda üretilen bilgilerle doğru, karşılaştırılabilir, erişilebilir, düzenli raporların üretilmesine imkân tanımaktadır.

Katılımcılarla yapılan görüşmenin sonucunda bu bitki turizminde bir iç kontrol sisteminin kurulmadığı ve kurulma çabaları olmadığı görülmektedir. Ayrıca iç kontrol sisteminin en önemli unsuru olan bilgi ve iletişim ağı bulunmamaktadır. Katılımcıların çoğunda bilgi ve iletişimin öneminin farkında oldukları, böyle bir sistemin olmaması bu bitki turizmine olumsuz etki yaptığı bilincinde oldukları araştırmanın bulguları arasındadır.

Ayrıca bir ilin turist sayısını; konaklama sayıları, havaalanından giriş ve çıkış yapan kişi sayıları ve müzelere giriş yapan kişi sayılarından elde edilmektedir. Bu ölçüm bir ilin tam turist sayısını vermemektedir. Çünkü konaklayan veya havaalanını kullanan herkes turist amaçlı değildir. Bir ilin turist sayısının tespiti aslında o ilde her bir turistik yerlerde iç kontrol sistemlerin kurulmasıyla elde edilmektedir. Bir iç kontrol sistemi kurulursa şehre gelen yerli ve yabancı turistlerden etkilenme göstergeleri: konaklama, yemek ve içecek tüketimleri, araba ve diğer araçları kiralama durumları, turistik ürünlerin satın alma, seyahat acentaları ve tur operatörlerinden faydalanma etkisi ölçülebilmektedir. Bunun sonucunda şehrin karar alıcılarına ve paydaşlarına doğru karar almalarına imkân sağlamaktadır.

Gül, lavanta ve zambak bitki turizmin Isparta için yeni bir turizm çeşidi olduğu için birçok eksiklikleri vardır. Bu eksikliklerin giderilmesinde tarafların kısa, orta ve uzun vadede bir plan hazırlaması gerekir.

Yapılan nitel araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre aşağıdaki önerileri sunmak mümkündür:

- Sosyal medyada ve internette kurumsal ve profesyonel tanıtım ve bilgilendirme sayfalar, gruplar ve forumlar oluşturulmalıdır.
- Her yıl düzenli olarak ulusal ve uluslararası fotoğraf yarışmaları düzenlenmelidir. Büyük şehirlerin ana meydanlarında bu fotoğraflar sergilenmelidir.
- Bitki bahçelerinin konseptlerine uygun konserler düzenlenmelidir.
- Bitki bahçeleri üzerinde paraşüt etkinlikleri yapılmalıdır.
- Bitki bahçelerinde bisiklet yolları yapılmalıdır.
- Bitki bahçelerinde dağcılar ve trekkingler için yürüyüş rotaları oluşturulmalıdır.
- Ulusal ve uluslararası fuarlarında tanıtımlar yapılmalıdır.
- Bitki turizmin geliştirilmesi için ilin sivil toplum örgütleriyle her daim sıkı bir işbirliği içinde olunmalıdır.
- Bitki bahçelerinin turizm potansiyelinin artırılması için Isparta'daki kamu kurumları arasında güçlü bir koordinasyon kurulmalıdır.
- Bitki bahçeleri içinde ve bitki bahçelerine giden yollar ve altyapısı tamamlanmalıdır.
- Bitki bahçelerine giden yol levhaları sade ve anlaşılır olacak şekilde düzenlenmelidir.
- Bitki bahçelerinde engelli, yaşlı nüfus ve dezavantajlı grupların gelecek şekilde alt yapısı düzenlenmelidir.

- Bitki bahçeleri bölgesinde zaruri ve doğal ihtiyaçlar için gerekli alt yapılar yapılmalıdır.
- Bitki bahçelerine gidecek doğrudan toplu taşıma seferleri düzenlenmelidir.
- Isparta-Antalya ve Isparta-Konya yolu orta vadede çift yol olacak şekilde tamamlanmalıdır.
- Bitki bahçelerinin gezilmesinde daha uygun bir zamanlama için Isparta Süleyman Demirel Havaalanına iniş-kalkış yapan uçakların saatlerinde bir düzenlenmeye gidilmelidir.
- Kaliteli konaklama ile hijyenli-lezzetli yeme ve içme için gerekli mekânlar sağlanmalıdır.
- Gül yağının Isparta'da işletilerek mamule dönüştürülmesi için gerekli tesislerin kurulmasına teşvik edilmelidir.
- Isparta merkezine gelen turistlerin dikkatini çekecek şekilde gül ve lavanta görsellere yer verilmelidir.
- Bitki bahçelerine tur düzenleyen Isparta'daki yerli acentelerin olmasına destek verilmelidir.
- Bitkilerden ürün çeşitliliği artırılmalıdır. Ürün çeşitliliği artırılması için teşvik edilmelidir.
- Yerel halkın turistlere satmak için el emeğiyle yaptığı üretimi teşvik edilmelidir.
- Yerel halka yönelik; turizm konusunda, sattıkları ürün ile bilinçsiz gübreleme ve ilaçlama hakkında, turistlere karşı bilinçsiz ve fırsatçı davranılmaması, turistlere etkili ürün pazarlaması için eğitim verilmeli ve yerel halkı bilinçlendirilmelidir.
- Bitki bahçeleri ve bitki bahçelerin rotası hakkında başta Isparta'daki rehberler olmak üzere il dışından gelen rehberlere bilgilendirme eğitimleri verilmelidir.
- Özellikle esnaflar, yabancı dil konusunda eğitilmelidir.
- Bölgedeki bitki turizm potansiyelinin artırılması için yöre halkına Devlet tarafından vergi ödeme kolaylığı, vergi istisnası veya vergi indirimi gibi teşvikler sağlanmalıdır.
- Bitki bahçelerine yönelik bilgi ve iletişim sistemleri kurulmalıdır.
- Isparta bitki turizm tanıtım vakfı kurulmalıdır.
- Isparta bitki turizmi veri ve bilgi bankası kurulmalıdır.
- İç kontrol sistemine ağırlık verilmelidir.

Sonuç olarak gül, lavanta ve zambak bitkilerinin turizm açısından Isparta için önemli bir avantajdır. Isparta bu avantajı doğru sistemlerle yürütürse Isparta için sürdürülebilir bir turizm potansiyeli olabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akova, İ. (2000). Alternatif Turizm Olanaklarımız. *Coğrafya Dergisi*, 71-84.
- Arslan, H., & Coşkun, E. (2016). Bilişimin Turizm Sektöründe Kullanılması ve İstanbul'da ki 5 Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Araştırma. *III. Uluslararası İşletme Öğrencileri Kongresi*, (s. 1-519). Sakarya.
- Aslanca, H., & Sarıbaş, R. (2011). *Lavanta Yetiştiriciliği*. Eğirdir/Isparta: Meyvecilik Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü.
- BAKA. (tarih yok). *Batı Akdeniz Bölgesi-Ekonomik Göstergeler, Mart 2016*. Aralık 4, 2017 tarihinde Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı-BAKA:
<https://www.baka.org.tr/uploads/1459250661BATiAKDENiZBoLGESiEKONOMiKGoSTERGELER.pdf> adresinden alındı
- BAKA. (tarih yok). *Isparta İli Ekonomisi*. Aralık 4, 2017 tarihinde Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA):
<http://www.baka.org.tr/ekonomi-S47.html> adresinden alındı
- Barutçugil, İ. S. (1989). *Turizm İşletmeciliği*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Becerem, E., & Durgun, A. (2008). Isparta İli Turizm Sektörüne Yönelik Stratejik Planlama Süreci. *III. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu* (s. 91-103). içinde Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Basımevi.
- Berber, M., & Bocutoğlu, E. (2015). *Genel İktisada Giriş*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Buhalisa, D., & Lawb, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management* 29, 609–623.
- BÜMKO. (2017). *Kamu İç Kontrol Standartlarına Uyum Eylem Planı Rehberi*. Kasım 15, 2017 tarihinde T.C. Maliye Bakanlığı-Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü:
<http://kontrol.bumko.gov.tr/TR,2260/kamu-ic-kontrol-standartlarına-uyum-eylem-planı-rehberi.html> adresinden alındı

- Cohen, E. (1987). “Alternative Tourism”-A Critique. *Tourism Recreation Research*, 13-18.
- Daşdemir, İ. (2014). *Ekonomi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık TİC. LTD. ŞTİ.
- Demir, Ş. Ş. (2014). Beş Yıllık Kalkınma Planlarından Türkiye Turizm Stratejisi 2023’e: Turizmde Tanıtma Çalışmalarına Yönelik İçerik Analizi. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 101-121.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temeleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, H., & Üngüren, E. (2012). Yerel Halkın Isparta Turizmine Yönelik Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 103-122.
- Durgun, A. (2007). Isparta Turizminin SWOT Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 93-109.
- European Commission. (2006). *Public Internal Financial Control*. European Communities.
- Galligan, M. E., & Rau, K. (2015). *Governance and Internal Control*. COSO-Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission.
- Gül, A., & Küçük, V. (2001). Kentsel Açık-Yeşil Alanlar Ve Isparta Kenti Örneğinde İrdelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 27-48.
- Güler, G. (tarih yok). *Yönetim Bilgi Sistemi*. Aralık 12, 2017 tarihinde <http://www.egitirim.gen.tr/tr/>:
[http://www.egitirim.gen.tr/tr/index.php/arsiv/sayi-11-20/sayi-16-
yonetim-ve-insan-kaynagi-agustos-2007/192-yonetim-bilgi-
sistemi](http://www.egitirim.gen.tr/tr/index.php/arsiv/sayi-11-20/sayi-16-yonetim-ve-insan-kaynagi-agustos-2007/192-yonetim-bilgi-sistemi) adresinden alındı
- Hacıoğlu, N. (2010). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım TİC. LTD. ŞTİ.
- Higgins, F., & Desbiolles. (2006). More than an “industry”: The forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management* 27 , 1192–1208.
- ITU. (1865, Mayıs 17). *ICT Facts and Figures 2017*. Kasım 23, 2017 tarihinde International Telecommunication Union: <http://www.itu.int/en/ITU->

D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2017.pdf
adresinden alındı

İçöz, O., & Diğerleri. (2007). *Genel Turizm- Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*. Ankara: Turhan Kitabevi.

İsparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (tarih yok). *Konaklama İstatistikleri*. Aralık 1, 2017 tarihinde <http://www.ispartakulturturizm.gov.tr/TR,71441/konaklama-istatistikleri.html> adresinden alındı

İsparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (tarih yok). *Lavanta Kokulu Köy*. Aralık 4, 2017 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı-İsparta İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü: <http://www.ispartakulturturizm.gov.tr/TR,163065/lavanta-kokulu-koy.html> adresinden alındı

İsparta İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (tarih yok). *Seyahat Acentası İstatistikleri*. Aralık 1, 2017 tarihinde <http://www.ispartakulturturizm.gov.tr/TR,71443/seyahat-acentasi-istatistikleri.html> adresinden alındı

Kar, M., Zorkirişçi, E., & Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 87-112.

Kesik, A. (2005). 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu Bağlamında ve AB Sürecinde Türk Kamu İç Mali Kontrol Sistemi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 94-114.

KGM. (tarih yok). *İller Arası Mesafe Sorgulama*. Kasım 30, 2017 tarihinde <http://www.kgm.gov.tr/Sayfalar/KGM/SiteTr/Uzakliklar/illerArasiMesafe.aspx> adresinden alındı.

Kılıç, E. D., & Önal, H. H. (2016). *İşgücü Piyasası Araştırma Raporu*. İsparta: İsparta Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü.

Kooperatifçilik Müdürlüğü,(tarih yok). *2016 Yılı Gülçiçeği Raporu*. Aralık 4, 2017 tarihinde T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü: <http://koop.gtb.gov.tr/data/58e5f4e61a79f54dd851b459/2016%20G%C3%BC1%20%C3%87i%C3%A7e%C4%9Fi%20Raporu.pdf> adresinden alındı.

- Kozak, N., A.Kozak, M., & Kozak, M. (2001). *Genel Turizm-İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (tarih yok). *Sınır Giriş-Çıkış İstatistikleri*. Kasım 30, 2017 tarihinde Kültür ve Turizm Bakanlığı : <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html> adresinden alındı.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (tarih yok). *"Aromatik Bitkiler" Turist Çekiyor*. Aralık 5, 2017 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği: <http://basin.kulturturizm.gov.tr/TR,182198/aromatik-bitkiler-turist-cekiyor.html> adresinden alındı.
- Massidda, C., & Etzo, I. (2012). The Determinants of Italian Domestic Tourism: A Panel Data Analysis. *Tourism Management* 33 , 603-610.
- Mesci, Z., Batman, O., & Öncü, M. A. (2016). Yöneticilerin Kurumsal Yönetime Bakış Açısı: Turizm İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 303-324.
- Milli Prodüktivi Merkezi (2006). *İller Düzeyinde Verimliliği Artırma Projeleri-Isparta Verimliliği Artırma Projesi*. Ankara: Bizim Büro Basımevi Yayın Dağıtım Ltd. Şti.
- Ongun, U., Gövdere, B., & Kaygısız, A. D. (2015). Burdur İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 99-116.
- Onguna, U., & Türkoğlu, M. (2016). Isparta İli Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine Yönelik Teorik Bir Çalışma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 145-161.
- Orhan, Z., & Erdoğan, S. (2015). *İktisada Giriş*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Özaltın, O., & Meydan, Ç. (2008). sparta'daki Via Seeste ve Saint Paul Yolu Turizm Ürünlerinin Planlanmasına Yönelik Bir öneri. *III Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu* (s. 55-64). içinde Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Basımevi.
- Özgüç, N. (1998). *Turizm Coğrafyası Özellikler Bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

- Parasız, M. İ. (1991). *Makro Ekonomi-Teori ve Politika*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Ritchie, B. W. (2004). Chaos, crises and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management* 25 , 669–683.
- Rupley, K. H., Brown, D., & Marshall, S. (2017). Evolution of corporate reporting: From stand-alone corporate social responsibility reporting to integrated reporting. *Research in Accounting Regulation*, 1-5.
- Ryan, C. (2002). Equity, management, power sharing and sustainability-issues of the ‘new tourism’. *Tourism Management* , 17-26.
- Sargın, S. (2011). Isparta’da Kentsel Koruma . *Doğu Coğrafya Dergisi*, 251 - 281.
- Social, W. A. (2017). *Digital in 2017 Global Overview*. NEW YORK: We Are Social LTD.
- Song, H., Dwyer, L., & Li, G. (2012). Tourism Economics Research: A Reaview And Assessment. *Annals of Tourism Research*, 1653–1682.
- Spira, L. F., & Page, M. (2003). Risk Management: The Reinvention Of Internal Control And The Changing Role Of Internal Audit. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 640-661.
- Statista. (2007). *Number of mobile phone users worldwide from 2013 to 2019 (in billions)*. Kasım 24, 2017 tarihinde The Statistics Portal: <https://www.statista.com/statistics/274774/forecast-of-mobile-phone-users-worldwide/> adresinden alındı
- Şahin, H. (2006). *Makro İktisat*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Şenol, F. (2008). *Turizm Coğrafyası-Yöresel Turizm Kaynaklarımız ve Dünya Harikaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 101-117.
- TOBB. (2016). *TOBB Turizm Sektör Meclis Raporu*. Ankara: TOBB Yayınları.
- Tunay, K. (2017). *Makro Ekonomi-Teori ve Politika*. Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık TİC. LTD. ŞTİ.

- Gelecek Turizmde, (tarih yok). *Lavanta Kokulu Köy*. Aralık 5, 2017 tarihinde Gelecek Turizmde: <http://www.gelecekturizmde.com/projeler/lavanta-kokulu-koy/#detay> adresinden alındı
- TÜİK. (1926, Nisan 26). Kasım 23, 2017 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu : www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=1580 adresinden alındı
- TÜİK. (1926, Nisan 26). Kasım 29, 2017 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumu: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist> adresinden alındı
- Türedi, H., Gürbüz, F., & Alıcı, Ü. (2014). COSO Modeli: İç Kontrol Yapısı. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 141-155.
- Türkbal, A. (2005). *Makro İktisat*. Ankara: Aktif Yayınevi.
- Türkoğlu, M., Gövdere, B., & Meydan, Ç. (2005). Isparta İli Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29-38 .
- Uluslan, Y., & Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 243-260.
- Unay, C. (1984). *Makro Ekonomi*. Bursa: Akademi Kitapevi.
- Uzun, A. K. (2016). Kamu Yönetiminde İç Kontrol ve İç Denetim Yaklaşımı. *Denetim*, 59-65.
- Ülgen, G. (2010). *İktisat Bilime Giriş*. İstanbul: Der Yayınları.
- Süleyman Demirel Üniversitesi, (tarih yok). *Isparta'nın 3 Atlısı: Gül Çiçeği- Lavanta- Zambak*. Aralık 5, 2017 tarihinde <https://w3.sdu.edu.tr/haber/6527/ispantanin-3-atlisi-gul-cicegi--lavanta--zambak> adresinden alındı
- Üstünel, B. (1990). *Makro Ekonomi*. İstanbul: Mısır Matbaacılık.
- Vasicek, V., Dragija, M., & Hladika, M. (2010). Impact of Public Internal Financial Control on Public Administration in Croatia. *Theoretical and Applied Economics* , 71-86.
- Weaver, D. (2007). *Sustainable Tourism*. Routledge.
- WTTC. (1991). *The World Travel & Tourism Council (WTTC)*. Ekim 28, 2017 tarihinde <https://www.wttc.org/>

/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/turkey2017.pdf adresinden alındı

- Yıldırım, K., & Karaman, D. (2005). *Makroekonomi*. Eskişehir: Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırmaları Vakfı.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 54-71.
- Yılmaztürk, A. (2008). Köprülü Kanyon Milli Parkı Sürdürülebilir Turizm Gelişim Stratejisi. *III. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu* (s. 1-10). içinde Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Basımevi.