



**ERZİNCAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER  
ENSTİTÜSÜ DERGİSİ**

2017

**ULUSAL ALTERNATİF TURİZM  
KONGRESİ ÖZEL SAYISI [ÖS-IV]**

ISSN 2148-9289

**ERZİNCAN ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER  
ENSTİTÜSÜ  
DERGİSİ**

**ULUSAL ALTERNATİF TURİZM KONGRESİ  
ÖZEL SAYISI  
ÖZEL SAYI [IV]**

**Erzincan Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü**

Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi  
ISSN 2148-9289

ÖS-IV EYLÜL 2017

Sahibi  
Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü adına  
**Prof. Dr. Ayhan DÖNER**

Sorumlu Müdür  
**Yrd. Doç. Dr. Oğuzhan YILMAZ**

Editör  
**Yrd. Doç. Dr. Yasin Mahmut YAKAR**  
**Ed. Yrd. Arş. Gör. Bekir Sittik KILIÇ**

Özel Sayı Editörleri  
**Dr. Arzu GÜNCÜ**  
**Dr. Gürkan ALAGÖZ**  
**Dr. Necibe ŞEN**  
**Dr. Erkan GÜNEŞ**

Hakemli bir dergi olan Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, yılda iki kez yayımlanmaktadır. Akademik usullere uygun atıf yapılmak suretiyle Dergide yayımlanan çalışmalardan alıntı yapılabilir.

**Dergive yapılacak atıflarda ERZSOSDER kısaltmasının kullanılması tavsiye olunur.**

Çalışmaların bütün sorumluluğu yazarlarına aittir.

Dergimizde yayımlanan tüm makaleler ASOS indekste tam metin olarak yayımlanmaktadır.

İletişim Bilgileri

**erzsosder@gmail.com**

**Adres:** Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Eğitim Fakültesi Binası, Kat: 2,

**Yalnızbağ Yerleşkesi - ERZİNCAN**

Tlf.: +90 446 224 29 00

Faks: +90 446 224 29 01

**ERZİNCAN**

**ERZİNCAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ  
YAYIN KURULU**

**Prof. Dr. Murat NİŞANCI** (*Erzincan Üniversitesi İİB. Fakültesi*)  
**Prof. Dr. Cem BAYGIN** (*Erzincan Üniversitesi Hukuk Fakültesi*)  
**Prof. Dr. Selçuk ÇIKLA** (*Erzincan Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi*)  
**Doç. Dr. H. Hüsnü BAHAR** (*Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi*)  
**Yrd. Doç. Dr. Erdoğan ULUDAĞ** (*Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi*)

**DANIŞMA KURULU**

**Prof. Dr. Necati Fahri TAŞ** (*Erzincan Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Mehmet BAŞTÜRK** (*Balıkesir Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Mukim SAĞIR** (*Erzincan Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Enver Alper GÜVEL** (*Çukurova Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Hakkı YAZICI** (*Afyon Kocatepe Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Hasan ŞAHİN** (*Erciyes Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Hikmet Yıldırım CELKAN** (*Gaziantep Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Mehmet AKAD** (*Kadir Has Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Nihat EDİZDOĞAN** (*Uludağ Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Vehbi Selim ATAERGİN** (*Marmara Üniversitesi*)  
**Prof. Dr. Nuray KARANCI** (*Orta Doğu Teknik Üniversitesi*)

TEŞEKKÜR

Bu dergi, değerli hakemlerin katkılarıyla yayımlanmaktadır.  
İlgilerinden ve desteklerinden dolayı teşekkür eder, saygılar sunarız.

*ERZİNCAN ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ*

2017 (IV) ÖZEL SAYI  
BU SAYININ HAKEMLERİ

Prof. Dr. Abdullah KARAMAN, Selçuk Üniversitesi  
Prof. Dr. Füsun İstanbullu DİNÇER, İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Muhsin HALİS, Kocaeli Üniversitesi  
Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN, İstanbul Ticaret Üniversitesi  
Prof. Dr. Orhan AKOVA, İstanbul Üniversitesi  
Prof. Dr. Orhan BATMAN, Sakarya Üniversitesi  
Prof. Dr. Yüksel ÖZTÜRK, Gazi Üniversitesi  
Doç. Dr. Abdulkadir KOŞAN, Atatürk Üniversitesi  
Doç. Dr. Ahmet BAYTOK, Afyon Kocatepe Üniversitesi  
Doç. Dr. Burhan KILIÇ, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN, Sakarya Üniversitesi  
Doç. Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi  
Doç. Dr. Elbeyi PELİT, Afyon Kocatepe Üniversitesi  
Doç. Dr. Evren GÜÇER, Gazi Üniversitesi  
Doç. Dr. Gül GÜNEŞ, Selçuk Üniversitesi  
Doç. Dr. Hasan Hüseyin SOYBALI, Afyon Kocatepe Üniversitesi  
Doç. Dr. İlhami YÜCEL, Erzincan Üniversitesi  
Doç. Dr. Kamil UNUR, Mersin Üniversitesi  
Doç. Dr. Oktay EMİR, Anadolu Üniversitesi  
Yrd. Doç. Dr. Faruk Kerem ŞENTÜRK, Düzce Üniversitesi  
Yrd. Doç. Dr. Yeliz PEKERŞEN, Necmettin Erbakan Üniversitesi

## **ULUSAL ALTERNATİF TURİZM KONGRESİ ÖZEL SAYISI**

Ulusal Alternatif Turizm Kongresi 07-09 Nisan 2016 tarihleri arasında Erzincan'da düzenlenmiştir. Sosyal Bilimler Dergisinin bu özel sayısında, kongrede bildiri olarak sunumu yapılmış çalışmalara yer verilmiştir.

Yrd. Doç. Dr. Arzu GÜNCÜ

## İÇİNDEKİLER

<b><i>Ahmet BAYTOK, Elbeyi PELİT, Hasan Hüseyin SOYBALI</i></b> <b>Alternatif Turizm mi Turizmde Çeşitlilik mi? Kavramsal Bir Değerlendirme</b> .....1 Is It Alternative Tourism Or Diversity In Tourism? A Conceptual Evaluation	1
<b><i>Murat BAYRAM, Yasin KELEŞ, Ümmühan BAYRAM</i></b> <b>Çevrimiçi Fotoğraflar Üzerinden Görsel Destinasyon İmajının İncelenmesi: Erzincan Doğa Sporları Örneği</b> .....15 Investigation Of Visual Destination Image Through Online Images: Case Of Erzincan Outdoor Sports	15
<b><i>Kaplan UĞURLU, Bayram AKAY</i></b> <b>Doğa Bilinçli Nesiller Yetiştirmede Ekoturizmin Önemi: Kırklareli İli-Dereköy Doğa Eğitim Merkezi Örneği</b> .....27 The Importance Of Ecotourism In Raising Generations With Nature Consciousness: The Sample Of Kırklareli Derekoy Nature Education Center	27
<b><i>Fusun İSTANBULLU DİNÇER, Ozan ATSIZ, Onur Cüneyt KAHRAMAN, İbrahim ÇİFÇİ</i></b> <b>Sportif Olta Balıkçılığının Alternatif Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi</b> .....39 Evaluation Of Sport Fishing Within The Context Of Alternative Tourism	39
<b><i>Mehmet TUNCER, Selahattin ÇAVUŞ</i></b> <b>Gelişen Turizm Destinasyonlarından Biri Olarak Aksaray İlinin Alternatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma</b> .....51	51

A Research On The Signification Of Alternative Tourism Potential In  
Aksaray Province As A Developing Tourism Destination

*Sait DOĞAN, Yasin ÖZASLAN*

**Kırsal Alan Gelişimi Açısından Kırsal Turizm ve Kırsal Turizmin  
Dünyadaki Durumu**

.....61

Rural Tourism And Its Current State In The World  
With Regard To Rural Area Development

*Nurettin AYAZ, Ömer Ceyhun APAK*

**Kış Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Seyahat Motivasyonları ve  
Seyahat Memnuniyetleri**

.....79

Travel Motivation And Satisfaction Of Domestic Tourists  
Who Participate In Winter Tourism

*Sercan BENLİ, Mehmet CAN, Çağla ÜST CAN*

**Profesyonel Mağaracıların Gözünden Mağara Sporü ve Mağaraların  
Turizmde Değerlendirilmesi**

.....95

Cave Sport From Professional Caver's Perspective And Evaluation Of  
Cave In Tourism

*İbrahim Alper GEDİK, Sündüs GEDİK, Sit DEMİRER*

**Otel İşletmelerinde Stres Yönetimi:  
Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama**

.....111

Stress Management In Hotel Management:  
An Investigation Five Stars Hotels In Antalya

*Ertuğrul DÜZGÜN, İsmail ÇALIK*

**Gümüşhane İli Süleymaniye Mahallesiindeki Tarihi Yapıların  
Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi**

.....125

In The Context Of Sustainable Tourism The Evaluation Of The Historical  
Buildings In Süleymaniye Region Of Gümüşhane Province



<b><i>İbrahim ÇETİN, Tülay POLAT ÜZÜMCÜ, Orhan İÇÖZ</i></b> <b>Kırsal Alanlarda Sürdürülebilir Kırsal Turizm ve Kocaeli-Kandıra</b> <b>Kırsal Turizm Gelişimi Modeli</b> .....137	137
Sustainable Rural Tourism In Rural Areas And Kandıra Rural Tourism Development Model	
<b><i>Erkan BİL, Fatma YILMAZ</i></b> <b>Sakin Ada Gökçeada Örneğinde Ekoturizm</b> .....157	157
Ecotourism In The Case Of Slow Island Gokceada	
<b><i>Funda YURDAKUL, Gizem ÖZGENCİL</i></b> <b>Türkiye'deki Turizm Gelirinin Belirleyicileri ve Alternatif Turizm</b> <b>Gelirlerinin Önemi</b> .....173	173
Determinants Of Tourism Revenue In Turkey And The Importance Of Alternative Tourism Revenues	
<b><i>İsmail KIZILIRMAK, Fazıl KAYA, Salih YILDIZ, Zeynep KURTULAY</i></b> <b>Yerel Paydaşların Ekoturizme Yönelik Yaklaşımları:</b> <b>Erzincan Destinasyonu Örneği</b> .....189	189
Local Stakeholders' Approaches To Ecotourism: The Sample Of Erzincan Destination	
<b><i>Aybuke CEYHUN SEZGİN, Merve ONUR</i></b> <b>Kültür Mirası Düğün Yemekleri'nin Gastronomi Turizmi Açısından</b> <b>İncelenmesi: Erzincan İli Örneği</b> .....203	203
The Investigation Of Cultural Heritage Wedding Dishes In Gastronomy Tourism: The Sample Of Erzincan City	

***Zühal AKSAKALLI, Gökalp Nuri SELÇUK, Cem IŞIK***  
**Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nın Hüzün Turizmi ve Mabetleşme  
Yönünden Değerlendirilmesi**

.....215  
An Evaluation With Nene Hatun National Historical Park In Terms Of  
Dark Tourism And Site Sacralization

## ALTERNATİF TURİZM Mİ TURİZMDE ÇEŞİTLİLİK Mİ? KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME

### IS IT ALTERNATIVE TOURISM OR DIVERSITY IN TOURISM? A CONCEPTUAL EVALUATION

Ahmet BAYTOK\*\*, Elbeyi PELİT\*\*\*, Hasan Hüseyin SOYBALI\*\*\*\*

**ÖZET:** Bu çalışmanın amacı alternatif turizm kavramında yaşanan karmaşıklığın giderilmesine yönelik ilgili alana katkı sağlamaktır. Çalışmada öncelikle alternatif kavramının etimolojik kökleri ortaya konulmaya çalışılmış, daha sonra turizm literatüründe alternatif turizmin kavramsal analizi konuyla ilgili çalışmalardaki ilgili kavramın hangi anlamlarda ve nasıl kullanıldığı derinlemesine irdelenmiştir. Yapılan literatür incelemesi sonucunda alternatif turizm veya alternatif turizm çeşitleri yerine turizm çeşitleri ifadesinin daha uygun bir seçenek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca alternatif turizmin kavramsallaştırılmasında temel dayanak noktası olarak kullanılan kitle turizminin alternatifi bakış açısının bazı boyutlarıyla eksik kaldığı tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda ulaşılan bir diğer önemli sonuç sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma felsefesinin benimsenmesi alternatif turizm gelişiminin temel odak noktasını oluşturmaktadır.

**Anahtar sözcükler:** Alternatif, alternatif turizm, alternatif turizm çeşitleri, turizmde çeşitlilik.

**ABSTRACT:** The aim of this study is to contribute to the tourism literature to overcome the complexity in the concept of alternative tourism. The study primarily has tried to put etymological roots of the term of alternative forward, then the conceptual analysis of alternative tourism in the related literature has been presented and an in-depth analysis has been made to reveal in what sense and how the alternative tourism term is used in the literature. In the end of the literature review, it has been concluded that alternative tourism forms is more favorable option than alternative tourism. In addition, it has been found that the mass tourism, which is used a base to conceptualize alternative tourism term, is incomplete from some dimensions of alternative point of view. Another important result of the study is that sustainability and adoption of the philosophy of sustainable development form the main focus of point of the development of alternative tourism forms. The participation of all stakeholders in the development of alternative tourism forms should be adopted as a basic principle.

**Keywords:** Alternative, alternative tourism, alternative tourism forms, diversity in tourism.

## 1. GİRİŞ

Alternatif turizm 1980'lerde kültürel miras ve sürdürülebilir gelişme ile birlikte moda haline gelmiş kavramlardan birisidir. Gerçekleşmesi mümkün olan bir şey veya bir metafor kullanılarak "Truva Atı" olarak da kritiği gerçekleştirilen alternatif turizm kavramı, günümüzde hala tartışılan bir olgudur (Butler, 1990). Literatürde birçok araştırmacı tarafından kitle turizminin zıttı olarak değerlendirilen alternatif turizm kavramı, bu kapsamda doğaya duyarlı veya sürdürülebilir ilkelere göre geliştirilmesi gerekli turizm çeşitleri olarak da ifade edilmektedir. Bununla birlikte "Alternatif (alternatif-ive)" kelimesi, etimolojik açıdan değerlendirildiğinde; "iki olasılık arasında seçim" veya "biri olmadığında yerine kullanılacak diğer şey/ikame" olarak da ifade edilmektedir. Bu noktada alternatif turizm; kitle turizminin yoğunlaştığı 3S'nin, mevsimsellik ve mekânsal yoğunlaşma gibi sorunlarının çözümü olarak mı? Yoksa belli bir bölge de var olan temel turizm çeşidi dışında gelişme potansiyeli bulunan diğer turizm çeşitlerinin geliştirilmesi olarak mı görülmelidir? Sorularından hangisinin cevabı olduğu

\*\*Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar-Türkiye, e-posta: ahmetbaytok@aku.edu.tr

\*\*\*Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar-Türkiye, e-posta: elbeyipelit@aku.edu.tr

\*\*\*\* Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Afyonkarahisar-Türkiye, e-posta: hsoybalı@aku.edu.tr

kafa karıştırıcı ve kavramsal düzeyde açıklanması gereken bir durum olma özelliğini sürdürmektedir. Alternatif turizmin kavramsal ve uygulama düzeyinde ne anlam ifade ettiğine yönelik katkı sağlayacak sorulardan biri de söz konusu kavramla; bir bölgedeki ana turizm faaliyetinin alternatifi olan/olacak (yerine geçebilecek/ikamesi) bir turizm çeşidinin yerine tercih edilen/edilecek diğer bir turizm çeşidi mi kastedilmektedir? Sorusunun açıklığa kavuşturulması/cevaplanması olacaktır. Tüm bunlara ilave olarak söz konusu bu kavram yerine direkt kastedilen turizm çeşitlerine odaklanmak mı daha doğru olacaktır? Söz konusu bu soruların yanıtlanmasına yönelik çalışmalar ilgili kavramının açıklığa kavuşturulması bakımından önemlidir. Bu doğrultuda bu çalışmanın amacı alternatif turizm kavramında yaşanan söz konusu bu karmaşıklığın giderilmesine yönelik ilgili alana katkı sağlamaktır. Çalışma, alternatif turizm kavramının ayrıntılı olarak tanımlanmasına ve anlaşılmasına yönelik yukarıda belirtilen sorulara cevap arama uğraşı içerisinde. Bu çerçevede, çalışmada öncelikle alternatif kavramının etimolojik kökleri ortaya konulmaya çalışılmış, daha sonra turizm literatüründe alternatif turizmin kavramsal analizi konuyla ilgili çalışmalarda ilgili kavramın hangi anlamlarda ve nasıl kullanıldığı derinlemesine irdelenmiştir. Söz konusu bu incelemeler sonrasında çalışmada, alternatif turizmin esasında ne anlam ifade ettiği veya ne anlamda kullanılabileceğine yönelik çeşitli kavramsal modeller/öneriler ortaya konmuştur. Araştırma, özellikle alternatif turizm olgusunun kavramsal açıdan anlaşılmasına katkı sağlaması açısından önemli olmakla birlikte, konuyla ilgili gerçekleştirilecek çalışmalarda kavramının kullanılmasında ortak bir kanı geliştirilmesi açısından da fayda sağlayacaktır.

## 2. ALTERNATİF KAVRAMI

Alternatif Fransızca bir kelimedir. Fransızca alternatif-ive (sırayla değişen, seçenek, alması) kelimesinin kökeni Latince “*alter*” (öbür, öteki, başka) sözcüğünden türetilen “*alternare*” (sırayla değişmek, bir o bir öbürü olmak) fiilidir (Etimoloji Türkçe Sözlük, 2016). İngilizce “*alternative*” kelimesinin sıfat ve isim olarak orijin kaynakları Latince ve Fransızca *alternatif-ive* kelimeleridir (www.oxforddictionaries.com). İngilizce alternatif kelimesinin sıfat olarak kökeni 1580’lerde ortaçağ Latince’sinde “*alternativus*” Latince’de “*alternatus*” ve “*alternare*” (fiil olarak “*alternate*”) kelimesinin geçmiş zaman sıfatı ve fiilidir. İlgili kelimelerin anlamı “birini sunmak veya seçilebilir herhangi iki şey” olarak ifade edilmektedir. Alternatif kelimesinin bu anlamda güncel kullanımı ilk olarak 1970’lerde medyada “*alternatif enerji*” bağlamında gerçekleşmiştir. Alternatif kelimesinin isim olarak kökeni 1620’li yıllarda retorikte (söz bilimi) ortaçağ Latince’sindeki “*alternativus*”(alternatif kelimesinin sıfat hali)1800’li yıllardan sonra ise eylemler ve objeler için “seçilebilir herhangi iki şey”dir. (<http://dictionary.reference.com>). Alternatif kelimesi Oxford sözlüğünde (2016) sıfat olarak “bir veya daha fazla şeyden biri, bir diğer seçenek veya imkân olarak mevcut olan” isim olarak ise “iki veya daha fazla mevcut ihtimallerden biri” olarak ifade edilmektedir. Başka bir sözlükte ise isim olarak “bir seçim yapma ihtimali, özellikle iki şey, hareket vs. arasında” olarak ifade edilmektedir (<http://dictionary.reference.com>). Oxford Sözlüğü’nde (2016) alternatif kelimesinin eşanlamlısı sıfatlar (different-farklısı, other-diğeri, another-bir diğeri, replacement-yerine geçen, fill-in-yerini dolduran, surrogate-yerine geçen vb.), isimler ise (option-seçenek, choice-tercih, seçenek, other possibility-diğer olasılık, substitute-ikame vb.)’dir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde alternatif kelimesi isim olarak “seçenek”, sıfat olarak ise “değişik”, “farklı” ve “karşı” olarak ifade edilmektedir (TDK, 2016).

Alternatif kelimesinin Etimolojik kökeni incelendiğinde günümüzde özellikle turizm sektöründe kelimenin bir turizm çeşidi olarak kullanımında yaşanan karışıklığın sebebi ve kelimenin zıtların birleşimi veya tezat (oxymoron) olarak neden ifade edildiği daha açık anlaşılmaktadır. Özellikle sıfat ve isim olarak İngilizce eşanlamlı kelimeler dikkate alındığında bu daha açık görülmektedir. Çünkü eşanlamlı kelimelerin anlamlarına bakıldığında bazılarında alternatif ile her iki olasılığın aynı anda mevcudiyeti ve geliştirilmesi söz konusu olabilir anlamı

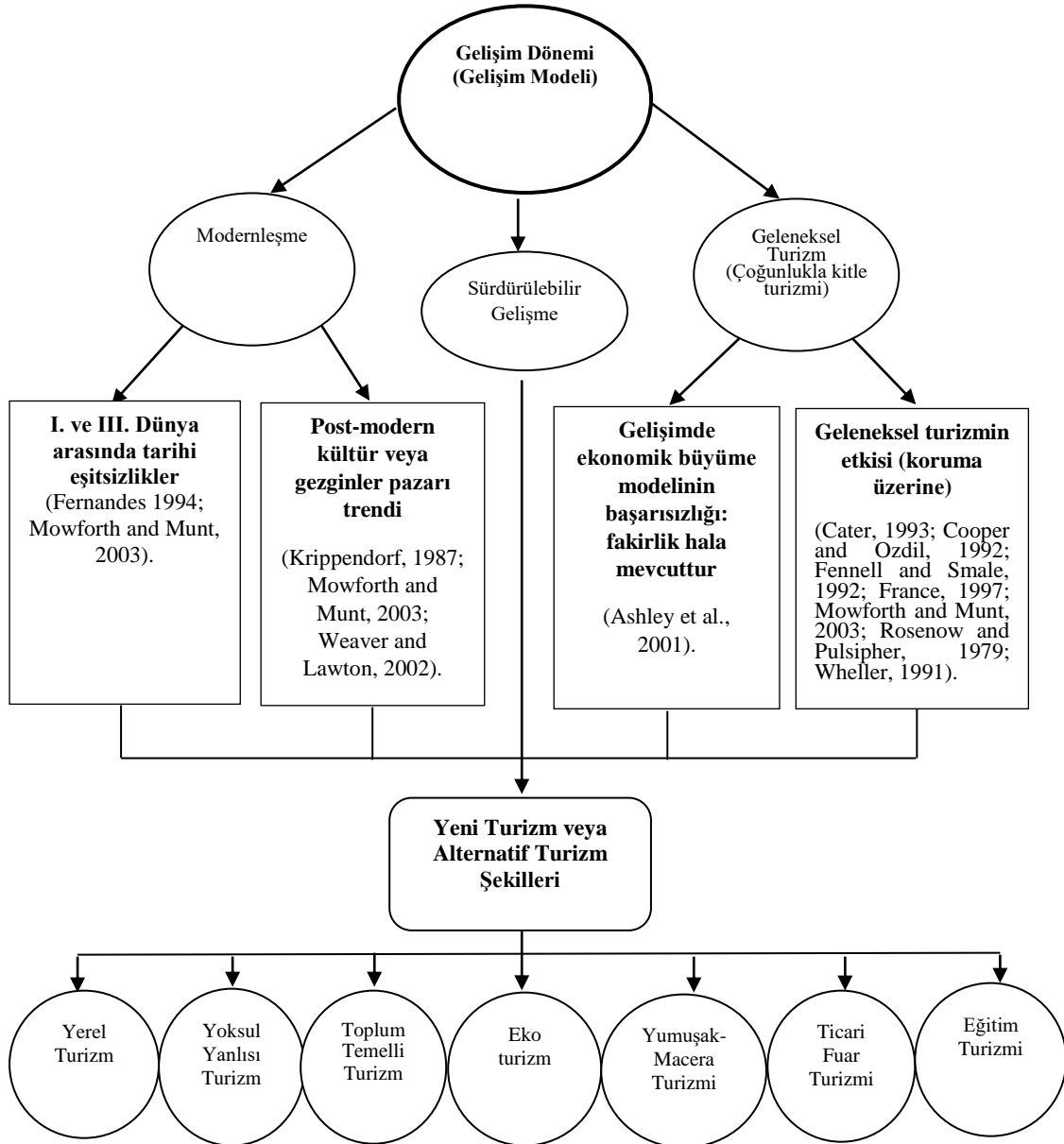
çıkarken, bazılarında ise birbirinin yerine geçen veya diğerinin yerini dolduran olarak anlaşılmaktadır.

### 3. ALTERNATİF TURİZMİN KAVRAMSAL ANALİZİ

*Alternatif turizmin doğuşu:* Alternatif turizm 1980'lerde miras ve sürdürülebilir gelişme ile birlikte moda haline gelmiş konulardan birisi (Butler, 1990; Weaver, 1991; Leksakundilok, 2004) olsa da bu kapsamda değerlendirilen turizm çeşitleri (dini turizm, eğitim turizmi vb.) dikkate alındığında geçmişi ortaçağ hac yolculuklarına ve grand tur'a kadar uzanmaktadır (Weaver, 2006:38-39). Alternatif turizmin bir fikir veya felsefe olarak ortaya çıkışının nedenlerini modernleşme ve bunun turizme yansımalarında görmek mümkündür. Bu nedenle sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma alternatif turizmin olgusunun değerlendirilmesinde öncelikle dikkate alınması ve birlikte incelenmesi gereken konulardır (Kozak, Evren ve Çakır, 2013: 17). Farklı araştırmacıların (Clarke, 1997; Sharpley, 2000; Weaver, 2006; Jafari, 1989,2001;) turizmde sürdürülebilirlik ile ilgili yaklaşımları alternatif turizm olgusunun ortaya çıkışının zaman ve nedenlerini ifade etmektedir. Clarke (1997)'ın sürdürülebilir turizm konumlandırmasındaki sektörün olumsuz etkilerini azaltmasını sağlayacak amaçları gerçekleştirmeyi ele alan *hareket ve yaklaşma* yaklaşımları, Sharpley (2000)'in kalkınma teorilerinden yerel halkın turizm kalkınmasına katılımını öneren *alternatif kalkınma teorisi*, Weaver (2006: 25)'in sürdürülebilir turizmin gelişimi için tanımladığı ideal tiplerden bütüncül yaklaşımı benimseyen *kapsamlı sürdürülebilir turizm tipi* (çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik etkileri aralarında eşitlik gözetme) ve turizmin 1950'li yıllardan itibaren günümüze kadar gerçekleştirdiği dönüşümleri dört dönem (tarafarlık, uyarıcı, adaptasyon ve bilgi-odaklı) olarak sınıflandıran Jafari (1989,2001)'nin *adaptasyon dönemi* (1970-1980'ler) alternatif turizmin ortaya çıkış dönemini ve nedenlerini açıklamaktadır. Alternatif turizm literatürü incelendiğinde Jafari'nin adaptasyon dönemi alternatif turizmin doğuş dönemi olarak ifade edilmektedir. Araştırmacıya göre *Uyarıcı* dönem turizmin potansiyel olumsuz etkilerini tanımlamış ancak bu olumsuzlukların nasıl ortadan kaldırılacağı veya bunlardan nasıl korunacağını açıkça belirtmemiştir. Bu durumlar 1970 ve 1980'lerde adaptasyon döneminde tartışılmaya başlanmıştır. Alternatif turizm olgusu bu dönemde kitle turizmine alternatif olarak antitez şekilde sunulmuştur. Alternatif turizm kitle turizminin zıttı olarak dışsal sahiplikli büyük ölçekli işletmeler yerine yerel sahiplikli küçük ölçekli işletmeleri desteklemiştir (Akt. Weaver 2006: 4-10). Cohen (1987) ise alternatif turizmin modern tüketim anlayışına ve üçüncü dünyanın sömürülmesine bir reaksiyon, karşıt kültür olarak ortaya çıktığını belirtmektedir. Modern tüketim anlayışına reaksiyon olarak gelişen karşıt kültür alternatif yaşam stili olarak kendini göstermekte ve bu amaçlı seyahat edenler kendilerini gezginci, seyyah, bazıları ise sırt çantalı, serseri veya hippie olarak tanımlamakta turist olarak görmemektedirler. Üçüncü dünyanın sömürülmesine reaksiyon ise yeni koloniler kurma yoluyla yerel kaynakların kullanılması ancak elde edilen faydaların gelişmiş ülkelere aktarılmasına karşılık daha düşük ölçekli ve yerel sahiplikli alternatif kalkınma yaklaşımlarının benimsenmesidir. Bu iki yönelim alternatif turizm çeşitlerinin gelişimini desteklemiştir. Ancak Cohen (1987) karşıt kültür kapsamında seyahat edenlerin yerel halk özellikle gençler üzerinde olumsuz etkilerinin bulunduğu dikkat çekmekte ve bunun kitlesel turizmin sorunlarını çözmek yerine yeni sorunlar oluşturduğuna vurgu yapmaktadır. Bu doğrultuda karşıt kültür yerine ilgili alternatif turizmin hem kitle turizmi hem de sırt çantalı turizme alternatif olarak geliştirilmesini önermektedir.

Turizm kalkınması hem arz hem de talep odaklıdır (Liu, 2003:462). Modern dönemin sosyal değerler sisteminin oluşturduğu standart ve kitlesel talebin, post-modern dönemde bireyci düşünce ve davranış tarzları doğrultusunda yeniden şekillenmesi ucuz ve aynı özellikte tatiller yerine alternatif çekim alanlarına yönelimi sağlamıştır. Bu doğrultuda alternatif turizm kitle turizminin üretim ve satış odaklı yaklaşımının aksine tüketici odaklı yeni yaklaşımın sonucu ve nedenidir (Kozak, Evren ve Çakır, 2013: 17). Şekil 1'de alternatif turizmin ortaya çıkışının

nedenleri gösterilmektedir. Şekil incelendiğinde turizmin 1950’lerde modernleşme dönemi ile evrimleşmeye başladığı görülmektedir. 1960’lı yıllar modernleşme dönemi 1970’li yıllar alternatif gelişme zamanı, 1980’ler yeni liberal, serbest pazar ve ekonomik büyüme modelleri dönemi ve 1990’larda sürdürülebilir gelişme ile modernleşmenin alternatif fikirlerinin hâkim olduğu dönemlerdir (Leksakundilok, 2004:96).



Şekil 1. Alternatif Turizmin Doğuşu, Kaynak: Leksakundilok, 2004:97.

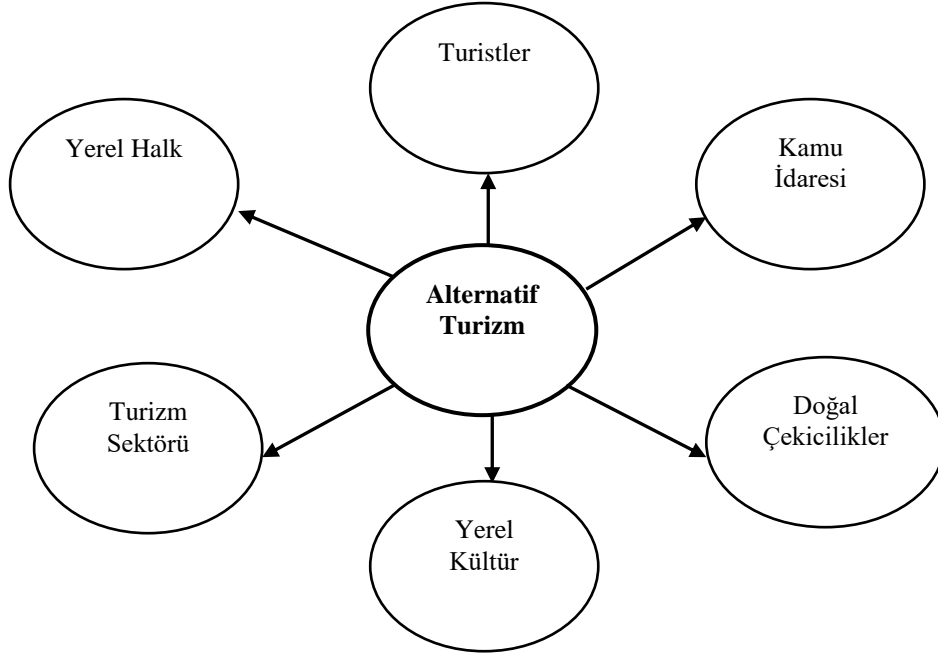
Albayrak (2013:32-38), alternatif turizmin ortaya çıkmasındaki temel amacı insanların her geçen gün farklılaşan seyahate ilişkin beklentilerine daha iyi cevap vermek ve ülkelerin turizme kaynaklık edecek potansiyellerini daha iyi kullanmalarını sağlamak ve bu yolla ekonomik, sosyal ve kültürel kazanımlarını arttırmak olarak ifade etmektedir. Araştırmacıya göre ülkeler arasında yaşanan rekabet, mevsimselliğin ortadan kaldırılması, doğal kaynakların korunması, kültürel kimliğin korunması, değişen turist profili, kısa tatiller ve hafta sonlarının

değerlendirilmesi kapsamında alternatif seçenekler sunulması, gelir düzeyi düşük turistler için seçenekler oluşturma, aile yapısında meydana gelen değişimlere paralel olarak gençlerin sorumluluk alma, kendine gerçekleştirme ve sosyal gelişimlere katkı sağlama amaçlı aileleri tarafından gençlik turizmi, kamp ve karavan turizmi, spor turizmi gibi etkinliklere katılımlarının desteklenmesi alternatif turizm formlarının geliştirilmesi için katalizör görevi gören diğer nedenlerdir. Kozak ve Bahçe (2012:98) yukarıda sayılanlara ilave olarak Birleşmiş Milletler, Dünya Turizm Örgütü ve UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization-Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu) gibi kuruluşların alternatif turizm türlerini teşvik edici çalışmalarda bulunmalarını ve Dünya Bankası, Avrupa Birliği gibi yapıların küçük girişimcilik politikalarını finansal açıdan desteklemelerini alternatif turizmi ortaya çıkaran nedenler olarak ifade etmektedirler.

*Alternatif turizm kavramı ve tanımı:* Alternatif turizm 1980'lerde kitle turizminin turizmin gelişiminde neden olduğu sorunlara çözüm olarak ortaya çıkmıştır (Wearing ve Neil, 2009:2). Özellikle dengesiz gelişme ve paydaşların turizmin gelişiminden sağladıkları faydaların eşit dağıtılmaması (özellikle yerel halkın), alternatif turizm çeşitlerinin temel çıkış nedenleridir. Krippendorf (1982) turizm politikalarında sadece ekonomik ve teknik zorunluluklara odaklanılması yerine, bozulmamış alanlara yönelik talebin kontrol edilmesi ve yerel halkın ihtiyaçlarının dikkate alınmasının gerekliliğine vurgu yapılması zorunluluğunu alternatif turizmin geliştirilmesindeki felsefenin odak noktaları olduğunu belirtmektedir (Akt. Fennell,2002:9). Deroi (1988) Alternatif turizmin temel amacının yerel halk ve ziyaretçiler arasında direk kişisel/kültürel karşılıklı iletişim kurmak ve bu yolla birbirlerine karşı anlayış geliştirmek olduğunu belirtmektedir (Akt. Wearing ve Neil, 2009:3). Cohen (1987:13) bir şey alternatif olarak tanımlandığında temel sorunun Ne için alternatif? sorusu olduğuna dikkat çekmekte ve alternatif turizmin farklı şeylere alternatif olduğunu belirtmektedir. Araştırmacı bu nedenle kavramın ilgili her ne ise o anlamda kullanıldığını vurgulamaktadır.

Alternatif turizm tanımı ve terminolojisi tartışmalı bir konudur (Wearing ve Neil, 2009:2). Bu kavramın genel ve kapsayıcı bir terim (generic) olmasından kaynaklanmaktadır (Fennell:2002). Örneğin kitle turizminin alternatifleri alternatif turizm, sorumlu turizm, yeni turizm, yumuşak turizm, düşük etkili turizm, özel ilgi turizmi ve sürdürülebilir turizmdir (Higgins-Desbiolles, 2008; Albayrak, 2013;). Başka bir bakış açısında ise uygun, çevreye duyarlı, yumuşak, sorumlu, insandan insana, kontrollü, küçük ölçekli (cottage) ve yeşil turizm alternatif turizm formları olarak belli bir destinasyonda kitle turizmüne alternatif uygun çeşitler olarak tanımlanmaktadır (Weaver, 1991;Fennell, 2002 ;Wearing ve Neil, 2009).

Bu doğrultuda alternatif turizm kitle turizminden daha esnek üretim ve organizasyon sistemlerine doğru geçişin ürün formu olarak görülebilir. Günümüzde bazı gelişmekte olan ülkelerde alternatif turizmin geliştirilmesi turizmde post-fordizmin güzel bir örneği (Leksakundilok, 2004:98) olarak görülmektedir. Alternatif turizm ilk dönemlerinde sınırlandırıcı bir fikir olarak değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda Deroi (1981) alternatif turizmi ziyaretçilerin yerel halkın evlerinde konakladıkları turizm çeşidi olarak tanımlamaktadır (Akt. Weaver, 2006:39). Alternatif turizm genel olarak ise “yerel halk ve misafirlerin olumlu yönde karşılıklı etkileşimini ve tecrübelerini paylaşmalarına imkân sağlayan doğal, sosyal ve toplumsal değerlerle uyumlu turizm formları” olarak tanımlanmaktadır (Eadington ve Smith 1992:3, Akt. Leksakundilok, 2004:95). Kozak ve Bahçe (2012:96) “kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltan ve turizm gelirlerinin dengeli ve yerel halka öncelik verecek şekilde dağıtarak refah seviyelerinin yükselmesine katkıda bulunan, turizmden gelir akışını daha geniş zaman ve kesimlere yayan turistik ürün ve hizmetler içeren turizm çeşidi” olarak ifade etmektedirler. Alternatif turizm literatürü ve tanımları incelendiğinde paydaşları olarak yerel halk, yerel kültür, turizm sektörü, kamu idaresi, doğal çekicilikler ve turistler sayılabilir (Şekil 2).



Şekil 2: Alternatif Turizmde Paydaşlar

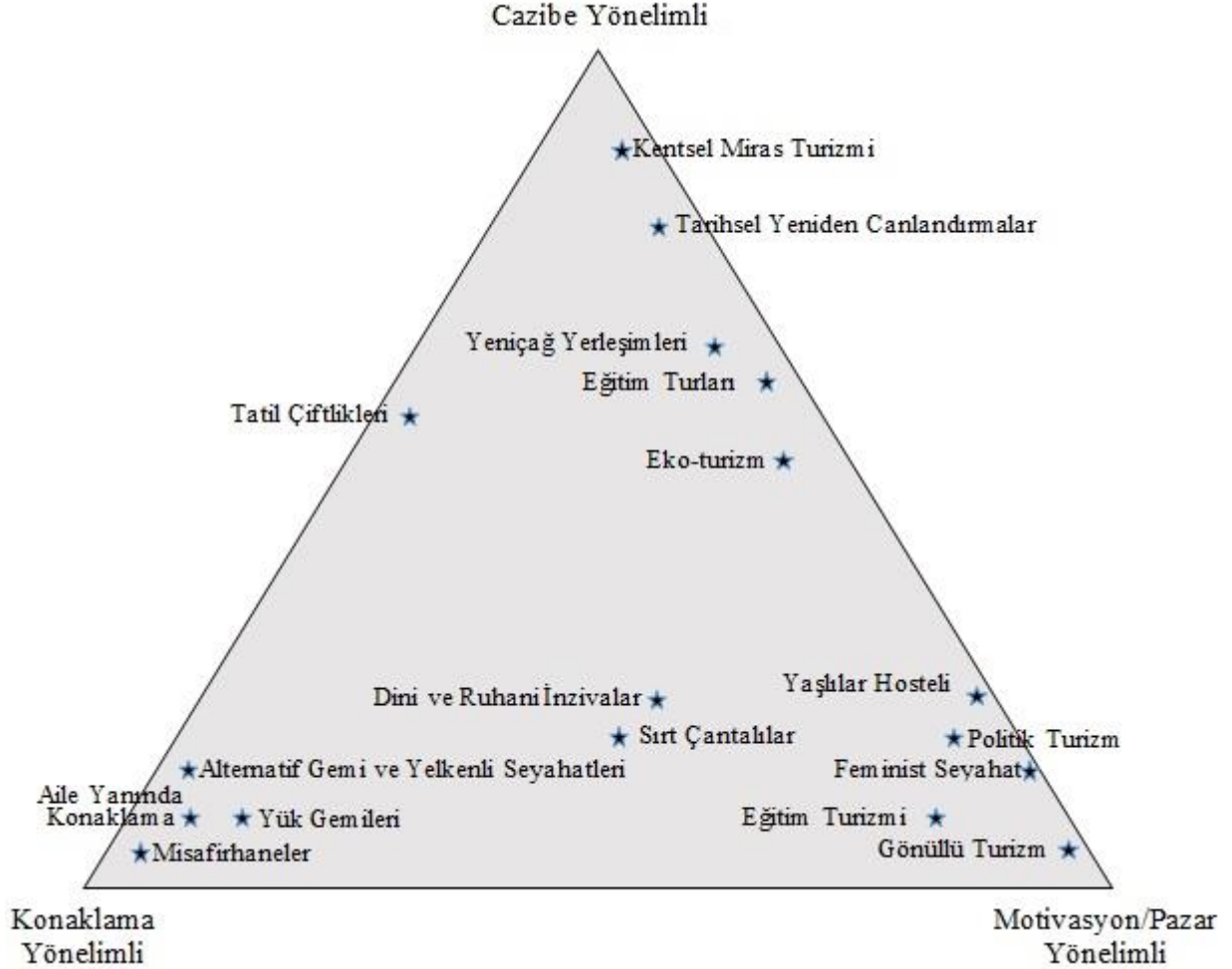
Temel kavramsal bilgiler ve alternatif turizm-kitle turizmi karşılaştırmasındaki alternatif turizme ait kriterler dikkate alındığında alternatif turizmin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Kozak ve Bahçe, 2012; Wearing ve Neil, 2009:5):

- Daha küçük ölçeklidir.
- Yerel halka öncelik tanır.
- Doğal, tarihi ve kültürel kaynakları koruyan ve taşıma kapasitesini dikkate alan bir gelişim gösterir.
- Gelişim sürecinde tüm paydaşların katılımını öngörür.
- Alternative turizm ürünleri sürdürülebilir gelişimin felsefesine uygun olarak, hem yerel halkın hem de tüketicinin yaşam kalitesini arttıracak nitelikte olmalıdır.
- Alternative turizmde sosyal ve fiziksel kapasitesi ile ekonomik rasyonellik uyumu önemlidir.
- Yerel halk ile turistler arasında pozitif etkileşimi öngören, doğal, sosyal ve toplumsal değerlerle tutarlı çevre bilincini ön planda tutar.
- Kitlesel hareketler yerine küçük gruplar veya bireysel turizm faaliyetlerini ön planda tutar.

*Alternatif turizm türleri veya çeşitleri:* Alternatif turizm kavramsal olarak tek bir turizm çeşidi gibi algılansa da gerçekte bir yönelim olarak karmaşık ve kapsamlı bir fenomen olarak ekoturizm, sürdürülebilirlik, toplum temelli turizm, fuar turizmi, yoksulluğu önleme turizmi, yerli özgün turizm, gönüllü turizm, eğitim turizmi gibi farklı turizm formlarını ifade etmektedir (Weaver, 1991; Leksakundilik, 2004; Higgins-Desbiolles, 2008;). Bu nedenle bir turizm çeşidinin alternatif turizm çeşidi olarak sınıflandırılması çoğunlukla ilgili ürünün sürdürülebilirlik ilkelerine göre geliştirilme potansiyeli belirleyici olmaktadır. Weaver (2006) çekicilikler, konaklama işletmeleri veya motivasyon kriterlerinin alternatif turizm olarak tanımlamada belirleyici olduğunu belirtmekte ve alternatif turizm olarak tanımlanan herhangi bir turizm çeşidinin bu üç kriterden birisine daha yakın olabileceği gibi farklı kriterleri bir arada gerektirebileceğine dikkat çekmektedir (Şekil 3). Araştırmacının bu noktada dikkat çektiği



hususlardan birisi işletmelerin ürünlerini pazarda açık olarak alternatif turizm olarak konumlandırmalarıdır. Çünkü bazı ürünler hem alternatif hem de kitle turizmi olabilir (örn. ekoturizm, tarihsel yeniden canlandırmalar). Bir diğer husus her alt çeşit içsel değişkenleri ile üçgende farklı pozisyonlara düşebilir. Örneğin Antarktika bilimi üzerinde uzmanlaşmış alternatif kruvaziyer seferlerinde, uzmanlaşma belli bir çekiciliği (Antarktika) ve motivasyonu (bilimle ilgilenme) yansıtır.



Şekil 3. Alternatif Turizm Çeşitleri, Kaynak: Weaver 2006:40.

Bu noktada Cazes (1989)'in dikkat çektiği bir diğer husus alternatif turizmin ideal tiplerini belirleyen kriterler ölçüt olarak kullanıldığında herhangi bir turizm çeşidinin alternatif olarak bu tiplerin tümünü karşılamasının zor olduğudur (Akt.Weaver,2006: 41). Alternatif turizm çeşitlerinin özelliklerini tanımlama için kullanılan kriterler pazar, çekicilikler, konaklama, ekonomik statü ve yasal düzenleme olarak beş grupta toplanabilir. Tablo 1'deki alternatif turizmin ideal tipleri kriterler açısından değerlendirildiğinde bir turizm çeşidinin alternatif turizm formlarında konumlandırılabilmesi için hangi özelliklere sahip olması gerektiği belirlenmiş olmaktadır.

#### 4. ALTERNATİF TURİZM KİTLE TURİZMİ KARŞILAŞTIRMASI

Birçok araştırmacıya göre alternatif turizm olgusunun ortaya çıkışında kitle turizminin turistler, yerel halk ve diğer paydaşlar üzerinde neden olduğu olumsuz etkiler temel belirleyicidir (Cohen, 1987: 13; Jovicic, 2014). Kitle turizmi genel olarak çok sayıda turistten önce

hazırlanmış ve iyi organize edilmiş paket tur düzenlemeleri ile yaygın turizm işletmelerinde ucuz olarak ulaştığı, konakladığı ve eğlendiği modern turizmi ifade eder. Alternatif veya özel ilgi turizmi ise kitle turizminin kitlesel hareketinin neden olduğu tahribata tepki olarak sınırlı ölçekli, düşük etkili, toplum temelli ve duyarlılığı veya eğitimi yüksek kişilerin katıldığı antitezidir (Weaver, 1991: 415; Weaver, 1995:595;Higgins-Desbiolles, 2006:198;).

**Tablo 1: Sürdürülemez Kitle Turizmi ve Bilinçli Alternatif Turizm İdeal Tipleri**

<i>Özellikler</i>	<i>Sürdürülemez Kitle Turizmi</i>	<i>Bilinçli Alternatif Turizm</i>
<b><u>Pazarlar</u></b> -Bölümlendirme -Hacim ve biçim -Kalış süresi -Mevsimsellik -Kaynaklar	<i>İçe-dönükten orta merkezli</i> <i>Yüksek paket turlar</i> <i>Kısa</i> <i>Belirgin yüksek ve düşük sezon</i> <i>Bir veya iki hâkim pazar</i>	<i>Dışa-dönükten orta merkezli</i> <i>Düşük özgün organizasyonlar</i> <i>Genişletilmiş</i> <i>Belirgin olmayan mevsimsellik</i> <i>Hâkim olmayan pazarlar</i>
<b><u>Çekicilikler</u></b> -Karakter -Vurgu -Yönelim	<i>Genel amaçlı yapılmış</i> <i>Yüksek oranda ticarileşmiş</i> <i>Sadece turistler veya öncelikli</i>	<i>Kendine has önceden var olan</i> <i>İlmlı ticarileşmiş</i> <i>Turistler ve yerel halk</i>
<b><u>Konaklama</u></b> Büyüklük Alansal dağılım Yoğunluk Mimari Sahiplik	<i>Büyük ölçek</i> <i>Açık ve belirgin turizm bölgeleri</i> <i>Yüksek</i> <i>Zorla sokulan uluslararası tarz</i> <i>Yerel olmayan işletme</i>	<i>Küçük ölçek</i> <i>Açık olmayan turizm bölgeleri</i> <i>Düşük</i> <i>Rahatsız edici olmayan yerel tarz</i> <i>Yerel topluluk veya küçük işletme</i>
<b><u>Ekonomik Statü</u></b> Turizm gelirleri Bağlantılar Sızıntılar Çarpan etkisi Turizmin rolü	<i>Yüksek</i> <i>Yerel olmayan sektörler</i> <i>Yüksek</i> <i>Düşük</i> <i>Hâkim</i>	<i>Düşük</i> <i>Yerel sektörler</i> <i>Düşük</i> <i>Yüksek</i> <i>Tamamlayıcı</i>
<b><u>Yasal Düzenleme</u></b> Kontrol Miktar İdeoloji Vurgu Zamansal çerçeve	<i>Yerel olmayan işletme</i> <i>Düşük</i> <i>Serbest pazarlar</i> <i>Ekonomik büyüme, kar</i> <i>Kısa dönem</i>	<i>Yerel toplum</i> <i>Yüksek</i> <i>Kamu müdahale</i> <i>Toplumun iyiliği, refahı</i> <i>Uzun dönem</i>

*Kaynak: Weaver 2006:40.*

Tablo 1. kitle turizmi ve alternatif turizmin alternatif turizm kriterleri bağlamında karşılaştırmasını göstermektedir. Tablo incelendiğinde pazar açısından alternatif turizm çoğunlukla dışa dönük insanların özel ilgi alanlarına göre, tercih ettiği, konaklama süresi uzun ve mevsimselliği olmayan bir yapıdadır. Çekicilikler açısından alternatif turizm özgün ve ticarileşmemiş ve yerel halk ile turistlerin iletişimini teşvik eden turizm çeşitleridir. Konaklama açısından alternatif turizm çoğunlukla küçük ölçekli, yerel mimaride ve çoğunlukla yerel halk tarafından işletilen düşük yoğunluklu pazarı olan turizm çeşididir. Ekonomik statü açısından alternatif turizm çeşitlerinde yoğunluğun azlığına bağlı olarak turizm gelirleri düşük gerçekleşmektedir. Bununla birlikte sahiplik yerel halkta olduğu ve hizmet üretimi amaçlı yerel kaynaklar kullanıldığı için sızıntılar az olmaktadır. Bir diğer olumlu gelişme kitle turizminde pansiyon tipi çoğunlukla her şey dahil sistemi olduğu için yerel halkın turizmden temel gelir kaynağı olan dolaylı harcamalar az gerçekleşirken, alternatif turizmde konaklama işletmesi dışında da harcama eğilimi yüksek olduğu için çarpan etkisi yüksek gerçekleşmektedir. Bir diğer husus turizme ekonomik getiri olarak bağlılık tamamlayıcı bir gelir kaynağı olduğu için kitle turizmi kadar fazla değildir. Bu husus turizmin sektörel dalgalanmalarından oluşacak olumsuz etkinin alternatif turizmde sınırlı gerçekleşmesi durumunu ortaya çıkaracaktır. Yasal düzenleme

boyutunda kontrol dışsal değildir. Yerel halkın turizmin bölgesel gelişiminde söz sahibi olması sektörün sürdürülebilir gelişimine ve özellikle doğal kaynakların korunmasına olumlu etki yapmaktadır. Bu noktada yasa düzenlemelerin sıklığı önemlidir. Planlama kısa dönemli kararlar değil uzun dönemli sürdürülebilir kullanıma odaklıdır. Tablo 1’de gerçekleştirilen karşılaştırma birçok kaynakta farklı şekillerde olsa da özünde benzer şekilde vurgulanmaktadır (Weaver 2006).

Ancak bazı araştırmacılar (Butler, 1990,1999; Weaver,1991; Weaver ve Lawton,1999; Weaver, 2011) teorik temelli bu ayrımın gerçekte paydaşların beklenti ve yönelimlerini dikkate almadığını ve kitle turizmine atfedilen olumsuz imajın iyi irdelenmesi gerektiğine vurgu yapmaktadırlar. Butler (1990) öncelikle alternatif turizm ve kitle turizmi karşılaştırmasında yapılan iyi ve kötü ayrımının çok kesin çizgilerle belirlenmesinin eleştirisini yapmaktadır. Alternatif turizmin uygun turizm olarak adlandırıldığını vurgulayan araştırmacı bu noktada: Neye göre uygun? sorusunun sorulması gerektiğini belirtmektedir. Örneğin alternatif turizmde vurgulanan ziyaretçi tipinin uzun konaklayan, yüksek para harcayan, bağlı, yüksek eğitim düzeyine sahip, varlıklı, yetişkin (olgun) ve muhtemelen beyaz insanlar olarak tanımlanması veya tercih edilmesi ne kadar gerçekleştirilebilir bir durumdur. Bir diğer durum taşıma kapasitesine bağlı girişlerin sınırlandırılması paydaşlar açısından ne kadar kabul edilebilir bir durumdur. Bu durumun gelirlerin azalmasına neden olması, bazılarının işlerini kaybetme olasılığı işletmeciler ve yerel kamu idaresi tarafından kabul edilebilir mi? Araştırmacıya göre alternatif turizm kitle turizminin yerine değil kendi doğruları içinde geliştirilmesi gereken uygun bir turizm formudur. Bu nedenle alternatif turizmin geliştirilmesi kitle turizminin olumsuz etkilerini sayarak değil, öncelikleri ve alan ve yerel halkın ihtiyaçlarını belirleyerek, destinasyon çevresinin (insan ve fiziksel) kapasite sınırlarını belirleyerek ve potansiyel pazarların reaksiyonlarına göre gerçekleştirilmelidir. Sonuçta eğer hiç turist yoksa alternatif turizm etkili değildir. Butler (1999)’ın bir diğer eleştirisi “yeşil” ve “alternatif” turizm formlarının sadece sürdürülebilir turizm olarak görülmesidir. Araştırmacı bu yaklaşımın kitle turizmini otomatik olarak sürdürülebilir gelişme ilkelerinin uygulanamayacağı bir turizm çeşidi olarak konumlandırma hatasına düştüğünü vurgulamaktadır. Bu yaklaşımın iki sebepten dolayı problemliliğini belirten araştırmacı öncelikle tüm turizm türleri, doğaya duyarlı formlarda dahil olmak üzere, geliştiği bölgede her ne kadar ölçeği küçük olsa da toplam etkisi ile bölgenin dengesi üzerinde olumsuz etkiler oluşturabilir. Örneğin kırılğan bölgelere yönelik gerçekleştirilen eko-turizm faaliyetleri katılımcı sayısı sınırlı olsa bile bölgenin ekolojisi üzerinde olumsuz etki potansiyeline sahiptir. Araştırmacının bu noktada dikkat çektiği bir diğer önemli husus esas olanın kitle turizminin nasıl sürdürülemez olduğunu belirtmek değil, nasıl sürdürülebilir geliştirilebileceğinin ortaya konmasıdır. Butler’ın bir diğer eleştirisi tüm dikkatin çevre odaklılık üzerine olması ve diğer aktörlere yeterli önemin verilmemesidir. Tüm turizm çeşitlerinin plansız geliştirilmesi durumunda sürdürülebilirlik özelliğini kaybedeceğine vurgu yapan araştırmacı taşıma kapasitesinin destinasyonlarda sürdürülebilir turizmin oluşturulmasında anahtar elemanlardan birisi olduğunu vurgulamaktadır. Butler’ın genel değerlendirmesinde dikkat çektiği anahtar problem turizmdeki tüm paydaşların sürdürülebilirlik denince neyin kastedildiğini tam anlayamamalarıdır. Bu nedenle tüm paydaşların (yerel halk, turist, turizm işletmeleri, kamu yönetimi ve sivil toplum örgütleri) bakış açısıyla turizme yaklaşılması ve gönüllü katılımlarının sağlanması gerekmektedir.

Weaver (1991) doğrudan bir kitle turizmi ve alternatif turizm karşılaştırması yapmadığı çalışmasında alternatif turizmin destinasyon düzeyinde geliştirilmesinin arazinin uygun olmaması, izolasyon ve iklim gibi koşulların zorlaması ile tek seçenek olmasından dolayı gerçekleştirilebileceğini belirtmektedir. Özellikle küçük destinasyonlar için taşıma kapasitesi nedeniyle alternatif turizmi en uygun olasılık olarak önermektedir. Bhutan ve Dominik gibi küçük ölçekli ve yasal sınırlandırma ile turist sayısının kısıtlanabileceği yerlerde alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi daha kolaydır. Bununla birlikte araştırmacı ekonomik fayda nedeniyle

örneğin Bhutan'da sayı sınırlandırmasının sürekli yükseltildiğini vurgulamakta ve kitle turizmine doğru bir yönelimin olduğuna dikkat çekmektedir.

Weaver ve Lawton (1999) alternatif turizm kitle turizmi karşılaştırmasında ortaya konan basit yargının 1990'larda eleştirildiğini ve sürdürülebilirlik ilkelerine uyulması durumunda kitle turizminin de tercih edilebilir bir kalkınma seçeneği olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Araştırmacılara göre sürdürülebilir kitle turizmi ve koşullara bağlı alternatif turizm ideal tipler olarak geliştirilebilir. Özellikle kitle turizminin kötü ve turizmi yok eden algısı yanlış bir yargıdır. Aksine iyi planlanmamış alternatif turizm çeşitleri doğaya ve yerel kültüre ve halka daha fazla zarar verebilir.

Kitle ve alternatif turizmin siyah ve beyaz veya kötü ve iyi olarak tanımlanmasını eleştiren Weaver (2011), her iki turizm çeşidinin birbirinin tecrübe ve olanaklarından yararlanabileceğine dikkat çekmektedir. Örneğin büyük ölçekli işletmelerin işletmecilik tecrübesini yerel halkla paylaşması, hizmet kalitesi, standartlar ve yönetsel yeteneklerin artmasına katkı sağlayabilir. Ayrıca büyük ölçekli işletmeler enerji ve atık azaltma sistemlerinin kurulmasında ve yönetiminde yerel işletmelere ve halka destek verebilir. Destinasyonların sürdürülebilir gelişimi kapsamında kitle turizmi yapılan destinasyonlar ve küçük ölçekli destinasyonlar karşılıklı olarak birbirlerinin deneyimlerinden yararlanabilir.

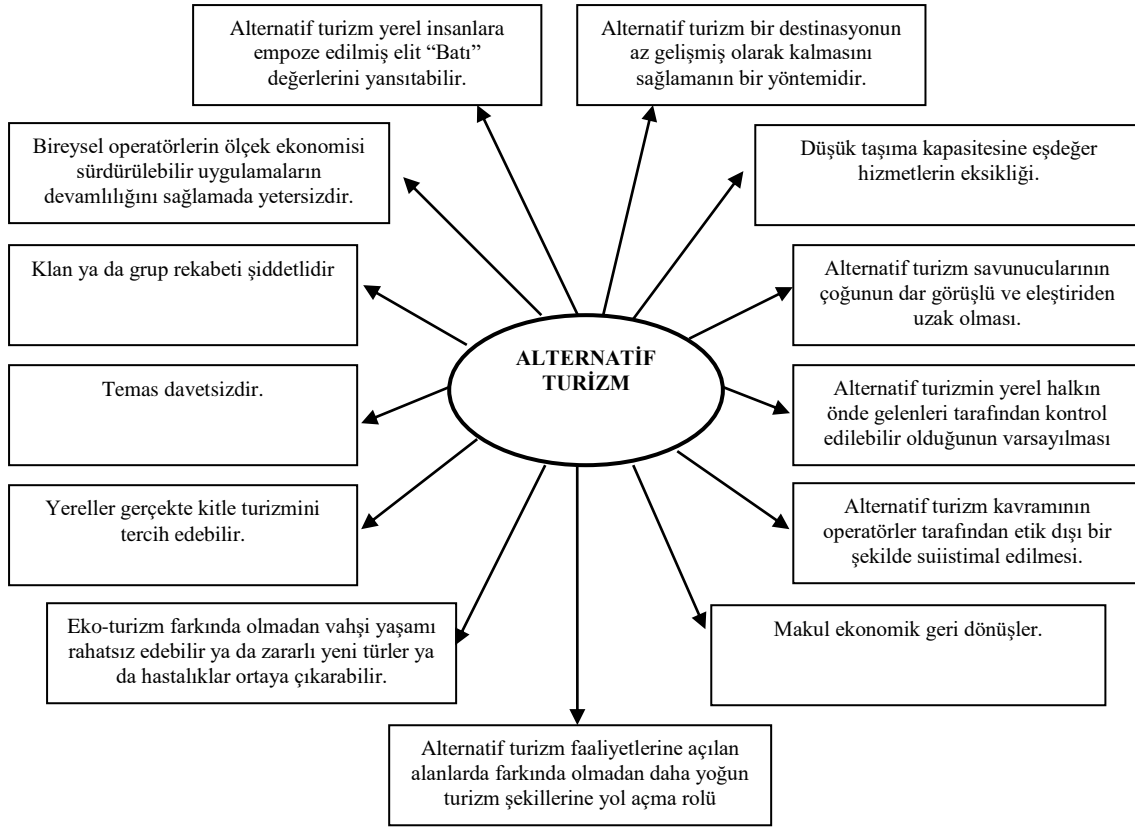
## 5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Alternatif turizm literatürü incelendiğinde ortaya çıkan temel sonuç kavramın muğlaklığı ve karmaşıklığıdır. Etimolojik açıdan alternatif kelimesinin sıfat ve isim olarak farklı dillerdeki anlamları değerlendirildiğinde araştırmacıların yaşadığı zorluk daha iyi anlaşılmaktadır. Bu nedenle birçok araştırmacı alternatif turizm ifadesi yanında farklı ifadeler (sorumlu turizm, yeni turizm, yumuşak turizm, düşük etkili turizm, özel ilgi turizmi, sürdürülebilir turizm veya uygun, çevreye duyarlı, yumuşak, sorumlu, insandan insana, kontrollü, küçük ölçekli (cottage), yeşil turizm) kullanmayı tercih etmektedirler.

Günümüzde araştırmacılar alternatif turizm formları olarak ifade edilen birçok turizm çeşidinin sürdürülebilir gelişme ilkeleri ile yakından ilişkili olması nedeniyle sürdürülebilir turizm kavramının alternatif turizm kavramından daha anlamlı olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Dünya Turizm Örgütü'nün turizmin küresel rolü ve teorik alt yapısının doğasını destekleme amaçlı akademik birimlerle gerçekleştirdiği çalışmalarda alternatif turizm muğlak, çok anlamlı ve farklı kullanıcılara farklı anlamlar ifade eden kavram olarak ifade edilmiştir. Araştırmacıların dikkat çektiği bir diğer husus alternatif turizm çeşitleri kavramı alternatif turizm kavramından daha fazla bilimsel değer taşıdığıdır (Leksakundilok, 2004:98-99).

Alternatif turizm turizm araştırmacılar tarafından tartışmalı bir konu olarak görülmekte ve anlamına ihtiyatlı yaklaşılmaktadır. Bunun nedeni kavramın kitle turizminin karşıtı veya ikamesi, yeni tüketicilerin taleplerinden ortaya çıkmış niş bir pazarlar, turizmin tümünün daha kusursuz formlara dönüştürülmesi ve Aristotelian bir bakış açısıyla ideolojik bir proje olarak turizmi reddetme veya koşulsuz kabul etme ikilemi oluşturmasıdır (Higgins-Desbiolles, 2008:346).

Roney (2002:13) alternatif turizm biçimlerinin yaygınlık kazanmasının nedenini tüketicilerin yani turistlerin çevreci kaygılar taşımamasından çok, farklı tatil biçimleriyle ifade ettikleri sosyal konumlarını vurgulamak olarak ifade etmekte ve bozulmamış, doğa ve özgün kültürlerin bir turistik çekicilik olarak sunulmasının amacının yeni pazar alanları yaratmak olduğunu belirtmektedir. Araştırmacı farklı kültürlerin peşinde koşan gezgincilerin zaman içinde bu bölgelerin kitle turizmine açılmasına öncülük ettiğini, dolayısıyla kendilerini çevre dostu olarak tanımlayan bu kitlenin en hassas eko sistemlerin uzun dönemde zarar görmesine ve yok olmasına neden olduklarını vurgulamaktadır.



Şekil 4. Alternatif Turizmin Eleştirisi

Kaynak: Weaver and Opperman, 2000: 375 ve Weaver and Lawton, 2002b: 368 (Akt. Leksakundilok, 2004:104).

Alternatif turizmin kavramsallaştırılmasına getirilen en önemli eleştirilerden birisi kitle turizmi alternatif turizm ilişkisinin “siyah-beyaz”, “iyi-kötü”, “sürdürülebilir-sürdürülemez” şeklinde çok katı ve kesin çizgilerle belirlemesidir. Kitle turizmi ve alternatif turizm ilişkisinin zıtlık üzerine oluşturulması alternatif turizm kavramının muğlaklığını daha fazla arttırmaktadır (Şekil 4). Butler (1990)’ın vurguladığı gibi alternatif turizmin geliştirilmesi kitle turizminin olumsuz etkilerini sayarak değil, öncelikleri ve alan ve yerel halkın ihtiyaçlarını belirleyerek, destinasyon çevresinin (insan ve fiziksel) kapasite sınırlarını belirleyerek ve potansiyel pazarların reaksiyonlarına göre gerçekleştirilmelidir. Ayrıca sadece “yeşil” ve “alternatif” turizm formlarının sürdürülebilir turizm olarak görülmesi kesin yargısı doğrultusunda, kitle turizminin nasıl sürdürülemez olduğunu belirtmek değil, nasıl sürdürülebilir geliştirilebileceğinin ortaya konması (Butler,1999) esas üzerinde düşünülmesi gereken konudur. Benzer şekilde Weaver ve Lawton (1999) alternatif turizm kitle turizmi karşılaştırmasında ortaya konan basit yargının 1990’larda eleştirildiğini ve sürdürülebilirlik ilkelerine uyulması durumunda kitle turizminin de tercih edilebilir bir kalkınma seçeneği olduğuna vurgu yapmaktadırlar. Araştırmacılara göre sürdürülebilir kitle turizmi ve koşullara bağlı alternatif turizm ideal tipler olarak geliştirilebilir. Aksine iyi planlanmamış alternatif turizm çeşitleri doğaya ve yerel kültüre ve halka daha fazla zarar verebilir. Weaver (2011) ise her iki turizm çeşidinin birbirinin zıttı olarak görülmesi yerine tecrübe ve olanaklarını paylaşmalarının destinasyonların sürdürülebilir gelişiminde daha faydalı olacağına dikkat çekmektedir.

Alternatif turizm bir felsefe veya gelecek vizyonu olarak düşünülmelidir. Sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda tüm paydaşların katılımı ile bölgenin koşulları dikkate alınarak geliştirilmelidir. Turizmin sadece arz cephesinin planlanması alternatif turizmin geliştirilmesi için yeterli değildir. Ayrıca hem arz cephesinde yerel halk ve işletmeciler hem de talep cephesinde turistlerin eğitimi ve turizm konusunda bilinçlendirilmesi zorunludur. Bunun gerçekleştirilmesi uzun zaman alan ve koşulların etkilediği bir süreçtir.

Çalışmada, alternatif turizm konusunu esas alan çalışmalar istikametinde söz konusu kavrama ilişkin çizilen genel çerçeve; esasında özellikle bu kavram kapsamında bahsedilen turizm olaylarının/türlerinin birer turizm çeşidi olduğu ortak kanısında birleşmektedir. Bu çerçevede, çalışmanın önceki bölümlerinde de vurgulandığı üzere, söz konusu bu kavram yerine direkt kastedilen turizm çeşitlerine odaklanmak ve bu çeşidin, illa başka bir turizm çeşidinin alternatifi olması ya da olabileceği çabasıdan sıyrılmak makul olacaktır. Kaldı ki, özellikle insanların özel ilgi alanlarına hitap ettikleri hobilerini gerçekleştirmek için katıldıkları seyahatler de özel ilgi turizm kapsamında değerlendirilmektedir bu konuda da birçok araştırmaya rastlamak mümkündür. Öte taraftan değişik araştırmalarda özel ilgi turizm türü olarak ele alınan bir turizm çeşidi, başka bir araştırma, yayında yada ortak literatürde alternatif turizm olarak da ele alınmaktadır. İşte bu noktada tüm bu karmaşıklığı gidermek adına, kastedilen turizm çeşidine odaklanarak o yörede hangi turizm çeşidi olasılıklı ise alternatif ya da özel ilgi turizm çeşidi sınıflandırmasından bağımsız olarak ele alınmalıdır. Söz konusu bu husus, herhangi bir yöredeki turizm olasılıklarının, turizm çeşitleri ana çerçevesine oturtulmasına da katkı sunarak, literatüre o yöre için “**olasılıklı turizm**” kavramının yerleştirilmesinin önünü açacaktır. Bu yönüyle bu çalışmanın kavramsal olarak literatüre sunma amacında olduğu bu kavram, bir turizm çeşidi olmayıp, esasında turizm potansiyeli taşıyan bir yörede imkân dâhilindeki geliştirilebilen/geliştirilebilecek turizm çeşitleri/olasılıkları için kullanılmıştır.

## 5. KAYNAKLAR

- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alternative [Çevrim-içi: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/alternative>] Erişim tarihi: 02.02.2016.
- Butler, R.W. (1990). Alternative Tourism: Pious Hope or Trojan Horse, *Journal of Travel Research*, Winter, 40-45.
- Butler, R.W. (1999). Sustainable Tourism: A State of the Art Review, *Tourism Geographies*,1(1), 7-25.
- Clarke, J. (1997). A Framework of Approaches to Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 224-233.
- Cohen, E. (1987). Alternative Tourism-A Critique, *Tourism Recreation Research*, 12(2), 13-18.
- Etimoloji Türkçe Sözlük (2016). Alternatif Kelimesinin Kökeni. [Çevrim-içi: <http://www.etimolojiturkce.com/kelime/alternatif>] Erişim tarihi: 05.02.2016
- Fennell, D.A. (2002). *Ecotourism an Introduction*, 3<sup>rd</sup> Ed. London, Routledge.
- Higgins-Desbiolles, B.F. (2006). Another World is Possible: Tourism, Globalisation and the Responsible Alternative, School of Political and International Studies, Faculty of Social Science, Flinder University of South Australia, September. [Çevrim-içi: <http://flex.flinders.edu.au/file/d79efeb9-3310-4ea5-9c59-6246cfb7ea16/1/Thesis-Higgins-Desbiolles-2006-06Chapter5.pdf>] Erişim tarihi: 16.01.2016
- Higgins-Desbiolles, F. (2008). Justice Tourism and Alternative Globalisation, *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 345-364.
- Jovicic, D. (2014). Cultural Tourism in the Context of Relations Between Mass and Alternative Tourism, *Current Issues in Tourism*, [Çevrim-içi: <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2014.932759>] Erişim tarihi: 31.12.2015
- Kozak, M.A. ve Bahçe, A.S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*, Gözden Geçirilmiş 2.Baskı, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kozak, M.A., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.

- Leksakundilok, A. (2004). Community Participation in Ecotourism Development in Thailand. [Çevrim-içi: <http://hdl.handle.net/2123/668>] Erişim tarihi: 15.01.2016
- Liu, Z. (2003). "Sustainable Tourism Development: A Critique", *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
- Roney, S.A. (2002). Fordizmden Post Fordizme Geçiş Sürecinin Turizmde Yansımaları: Kitle Turizmi Alternatif Turizm, *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 9-14.
- Sharpley, R. (2000). Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divine, *Journal of Sustainable Tourism*, 8(1), 1-19.
- TDK (Türk Dil Kurumu Sözlüğü) (2016). Alternatif nedir? [Çevrim-içi:[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.56d4a5957d5150.34013858](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.56d4a5957d5150.34013858)] Erişim tarihi: 01.02.2016
- Wearing, S. and Neil, J. (2009). *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities*, 2<sup>nd</sup> Edition, Oxford: Elsevier, Butterworth-Heinemann.
- Weaver, D. (1991). Alternative to Mass Tourism in Dominica, *Annals of Tourism Research*, 18, 414-432.
- Weaver, D. (1995). Alternative Tourism in Montserrat, *Tourism Management*, 16(8), 593-604.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Oxford:Elsevier, Butterworth-Heinemann.
- Weaver, D. (2011). Small can be Beautiful, but Big can be Beautiful Too-And Complimentary: Towards Mass/Alternative Tourism Synergy, *Tourism Recreation Research*, 36(2), 186-189.
- Weaver, D. ve Lawton L. (1999), *Sustainable Tourism: A Critical Analysis*, CRS for Sustainable Report Series.
- Word orijin and history of alternative [Çevrim-içi: <http://dictionary.reference.com/browse/alternative>] Erişim tarihi: 01.02.2016





## ÇEVİRİMİÇİ FOTOĞRAFLAR ÜZERİNDEN GÖRSEL DESTİNASYON İMAJININ İNCELENMESİ: ERZİNCAN DOĞA SPORLARI ÖRNEĞİ

### INVESTIGATION OF VISUAL DESTINATION IMAGE THROUGH ONLINE IMAGES: CASE OF ERZİNCAN OUTDOOR SPORTS

Murat BAYRAM\*, Yasin KELEŞ\*\*, Ümmühan BAYRAM\*\*\*

**ÖZET:** İmaj, seyahat edenlerin destinasyon seçim sürecinde ve değerlendirmesinde önemli bir role sahiptir. Destinasyon imajına yönelik çalışmalar incelendiğinde internetin öneminin giderek arttığı görülmektedir. Bu durum seyahat edenlerin seyahatlerine ilişkin kararları verme noktasında interneti etkin bir şekilde ve artan bir oranla kullanmalarından ve internet odaklı bilgilerin seyahat kararlarının oluşmasında önemli bir bilgi kaynağı haline gelmesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle destinasyonların çevrimiçi imajlarını belirlemeleri ve yönetmeleri önemli bir husus haline gelmektedir. Bu doğrultuda bu çalışmanın temel amacı, seyahat edenler ve destinasyon yöneticileri tarafından internette paylaşılan görsel öğelerin incelenerek Erzincan'ın doğa sporları odaklı çevrimiçi destinasyon imajını analiz etmektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda, görsel aramayı kolaylaştıran arama motorları vasıtasıyla 'Erzincan doğa sporları' anahtar kelimesi kullanılarak 495 çevrimiçi fotoğrafa ulaşılmış olup, 312 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen çevrimiçi fotoğrafların yorumlanması için içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Söz konusu çevrimiçi fotoğraflar NVivo programında iki araştırmacı tarafından içeriğine uygun olarak kodlanmıştır. Güvenilirlik testinden sonra fotoğraflar ana temalara ve alt temalara göre gruplandırılmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre çevrimiçi destinasyon imajı bağlamında Erzincan doğa sporlarına ilişkin görsellerde en çok yer alan doğa spor türlerinin yamaç paraşütü, rafting ve base jumping olduğu görülmektedir. Araştırmanın sonunda destinasyon pazarlaması bağlamında uygulamaya dönük öneriler sunulmuştur.

**Anahtar sözcükler:** Destinasyon imajı, fotoğraflar, doğa sporları, içerik analizi

**ABSTRACT:** Image plays an important role in which travelers select and evaluate destinations. When examined the studies on destination image, it is seen to be growing in the importance of internet. This is because travelers use the internet effectively and increasingly to make decisions about their travels, and internet-driven information becomes an important source of information on reaching travel decisions. Thus, it is becoming an important matter that they determine and manage the online image of destinations. Therefore, the main objective of this study is to analyze the outdoor sports based online destination image related to Erzincan by examining the visual elements shared on the internet by travelers and destination managers. In accordance with the purpose of the study, 495 online photos were obtained by using the key word "outdoor sports in Erzincan" through search engines that facilitate the visual search, and 312 of them were included in the evaluation. Content analysis method was used to interpret the online photographs. Relevant photos were coded by two researchers using NVivo programme in accordance with the content. Photos were grouped into the main themes and subthemes after performing reliability test. The results of the study reveal that paragliding, rafting and base jumping among types of outdoor sports were mostly

\* Yrd. Doç. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Denizli-Türkiye, mbyram@pau.edu.tr

\*\* Yrd. Doç. Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Samsun-Türkiye, yasin.keles@omu.edu.tr

\*\*\* Öğr. Gör. Dr., Pamukkale Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Denizli-Türkiye, ubayram@pau.edu.tr

used in the images relating to the outdoor sports in Erzincan in the context of online destination image. In conclusion, some suggestions have been made for application within the context of destination marketing.

**Keywords:** Destination image, photos, outdoor sports, content analysis

## 1. GİRİŞ

Destinasyon imajı düşünce, görüş, duygu, görseller ve destinasyona yönelik niyetlerden oluşan interaktif bir sistem olarak açıklanmaktadır (Tasci, Gartner ve Cavusgil, 2007; Marine-Roig ve Clave, 2016). Daha farklı bir ifade ile destinasyon imajı bir kişinin bir yer hakkında karmaşık fikirleri, izlenimleri, inanç ve tutumlarının sadeleştirilmiş hali olarak da tanımlanmaktadır (Çakmak ve Isaac, 2012). Tüketicilerin seyahatlerinde, seyahat etme isteklerinde gidilecek olan destinasyonun imajı önemli bir rol oynamaktadır. Bu yüzden seyahate çıkacak bireyler, gitmeyi düşündükleri yerler hakkında önceden bilgi toplamaktadırlar. Bu husus, destinasyon imajına yönelik çalışmaların yaygınlaşmasını da beraberinde getirmiştir.

1970'li yıllardan itibaren turizm alanında çalışılmaya başlanan ve turizm ile ilgili yapılan araştırmalarda halen güncelliğini korumaya devam eden destinasyon imajına yönelik yapılan çalışmaların (Stepchenkova ve Mills, 2010) genel olarak tüketicilerin belli bir bölge hakkındaki görüşleri, ziyaret ettikleri yerleri diğer yerlerden farklı kılan özellikleri betimlemeleri üzerine odaklandığını ifade etmek mümkündür (Pike ve Kotsi, 2016). Destinasyon pazarlamasının temelinde ilgili destinasyonun, tüketicilerin zihninde rakiplerinden olumlu yönde farklılaştırılması veya olumlu bir şekilde konumlandırılması gelmektedir (Echtner ve Ritchie, 2003). Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ve tüketicilerin bu teknolojileri kullanmaya yönelik genel ilgisi destinasyon pazarlamasını da etkilemektedir. Bu doğrultuda internet, destinasyon imajı inşasında uygun bir platform olarak görülmekte (Zhou, 2014) bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler algılanan destinasyon imajını etkilemektedir.

Resmi destinasyon web siteleri seyahat edenler için önemli birer bilgi kaynağı olmakla birlikte destinasyon imajını şekillendiren sosyal ağlar, yorum siteleri, bloglar ve arama motorlarındaki içerikler de önemli bir yer teşkil etmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile birlikte özellikle internetin etkileşimli yapısından dolayı destinasyon imaj kaynakları hem daha karmaşık hem de kolayca erişilebilir hale gelmiştir. Bu durum da destinasyon pazarlamasına yeni boyutlar eklemektedir (Govers ve Go, 2002). Sonuçta internette bulunan tüm öğeler destinasyon imajının bir parçası haline gelmekte ve tüketiciler artık sadece destinasyon imajını algılayanlar olmaktan çıkıp; bunun yanında internet vasıtasıyla aktif olarak kendilerinin destinasyona yönelik algılarını ortaya koyarak destinasyon imajını inşa eden ve paylaşan rolü üstlenmektedir (Dwivedi, 2009). Bu nedenle sadece resmi web sitelerinde, broşürlerde ve reklamlarda oluşturulmaya çalışılan imaj tek başına tüketicilerin ikna olmasına yetmemektedir. Tüketiciler, paydaşlarının neler paylaştıklarını görmek istemektedirler. Buna bağlı olarak destinasyonların çevrimiçi destinasyon imajları önem kazanmaktadır. Çünkü çevrimiçi destinasyon imajının oluşumunda kitlesel medya araçlarının yanında seyahat edenlerin kullandıkları sosyal medya hesaplarında paylaşılan içerikler de yer almaktadır.

Konu ile ilgili literatürde çevrimiçi destinasyon imajı ile ilgili bir çok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların da çoğunlukla destinasyon web sitelerine yönelik olduğu (Law, Qi ve Buhalis, 2010) ve genellikle araştırmacıların seçilen belirli web sitelerindeki metin ve görselleri analiz ederek çevrimiçi destinasyon imajının ortaya konulmasından ziyade seyahat ile ilgili paydaşların pazarlama çabalarına odaklandıkları görülmektedir (Hunter, 2016).

Bununla birlikte bu konuda çalışan araştırmacılar destinasyon imajını değerlendirirken genellikle bireylere yapılan yapılandırılmış anketlerden (Stepchenkova ve Zhan, 2013) yararlanarak -belirli bir grup turistin destinasyon imajını incelemek için belli özelliklerden oluşan ifadeleri işaretlemelerine yönelik olarak turistlere seçenek sunmak ve buna dayalı analizler yapmak- gerçekleştirirken; internette ulaşılması daha kolay ve gittikçe zenginleşen

metinler ve görsel veriler araştırmacıların içerik analizi gibi nitel değerlendirmeleri yapmasına olanak tanımaktadır (Çakmak ve Isaac, 2012). İçerik analizinde görsellerin öneminin giderek kabul görmeye başladığı ama metinsel içeriklere göre hala başlangıç aşamasında olduğu (Hao, Wu, Morrison ve Wang, 2015) belirtilmekle birlikte görsel öğeler vasıtasıyla destinasyon imajının incelendiği araştırmaların sayısı da giderek artmaktadır.

Görsel çekicilik, turizm destinasyonları için vazgeçilmez bir unsur olarak görülmektedir. Görsel çekicilikleri olan turistik yerleri gezip görme amacı turizmin en eski ve en temel motivasyonlarından biri olup (Hao, Wu, Morrison ve Wang, 2015) turistler tarafından her zaman aranan bir unsurdur (Urry, 2009). Görsel unsurlar hem turistlerin çekiminde önemli bir rol oynayan manzarayı oluşturmaları (Lothian, 1999) hem de turistik ürünün kendine has soyut yapısının somutlaştırılmasını kolaylaştırmasından dolayı önemlidir. Görsel öğeler destinasyon pazarlamasının güçlü bir bileşeni olmakla birlikte, klişe bir ifade ile “bir resimin bin kelimeye değer olması” hususunun turistik destinasyonların tanıtımı için kullanımı söz konusu olduğunda daha da anlamlı bir hâl almaktadır (Jenkins, 2003). Çünkü görsel öğelerin oluşturulması ve dağıtımındaki kolaylık, dünyanın nasıl görüldüğü, deneyimlendiği ve hatırlandığını büyük ölçüde etkilemekte ve seyahat kararlarının, destinasyon imajının ve turist bakışının oluşumunda önemli bir rol oynayarak turizmi dönüştürmektedir (Lo ve McKercher, 2015). Ayrıca destinasyonlara ilişkin fotoğraflar mevcut ve potansiyel turistlerin algılarını şekillendirmekte ve karar verme süreçlerini de etkilemektedir (Stepchenkova, Kim ve Kirilenko, 2014).

Destinasyon imajının oluşmasında görsel öğelerin önemi, konu ile ilgili araştırma yapanların özellikle fotoğrafları inceleyen araştırmalar başta olmak üzere görsel öğeleri kapsayan (Leung, Dickinger, ve Nixon, 2017) araştırmalar yapmaya yöneltmiştir. Bu araştırmalar genel olarak dört grup altında toplanabilir. Birincisi geleneksel turistik kartpostal, broşür vb. materyallerinin incelenmesi (Jenkins, 2003; Yüksel ve Akgül, 2007; Hunter, 2008); ikincisi bazı fotoğrafların kişilere gösterilerek fotoğraflara yönelik düşünce ve tercihlerinin belirlenmesi veya göz hareketlerinin incelenmesi (Fairweather ve Swaffield, 2001; Naoi, Airey, Iijima ve Niininen, 2006; Dewar, Li ve Davis, 2007; Sparks ve Wang, 2014; Wang ve Sparks, 2016); üçüncüsü gönüllü katılımcı ve seyahat edenlerin bir bölgeye ait fotoğrafları çekmesi (Jutla, 2000; MacKay ve Couldwell, 2004; Garrod, 2008) ve dördüncüsü ise bir yere ait çevrimiçi görsellerin (Hao, Wu, Morrison, ve Wang, 2015; Galí ve Donaire, 2015) genel olarak değerlendirilmesidir. Dördüncü kısımda yer alan çalışmaların diğer çalışmalara oranla daha başlangıç düzeyinde olduğu görülmekle birlikte söz konusu araştırmalar giderek yaygınlaşmaktadır. Örneğin; Mak (2017) Doğu Tayvan’ın çevrimiçi destinasyon imajını ulusal turizm örgütü ve seyahat edenlerin oluşturdukları metin ve fotoğraflar üzerinden inceledikleri çalışmalarında fotoğrafların çoğunluğunun destinasyon imajının bilişsel boyutu temsil eden doğal çevre, alt yapı, kültür ve sanat gibi kategorilerden oluştuğunu belirtmektedir. Hao, Wu, Morrison ve Wang (2015) Çin’deki açık hava turizm etkinliklerinden birine ait 296 fotoğrafı, yerel kültür ve geleneklerin anlatımını yorumlamak için 27 tema altında içerik analizi ile yaptıkları faktör analizi sonucunda, fotoğrafları yedi faktör altında toplayarak, turizm odaklı açık alan etkinliklerinde yerel manzaranın destinasyon imajının temel taşıyıcısı olduğunu ifade etmişlerdir. Hunter (2016)’ın Seul çevrimiçi destinasyon imajını üç farklı arama motorunda ve üç farklı dildeki anahtar kelimeler ile inceledikleri çalışmalarında, basılı materyallerdeki öğeler ile çevrimiçi öğelerin farklılık gösterdiği ve Seul kentinin bu farklı çevrimiçi kanallarda farklı şekilde sunulduğunu ifade etmektedirler. Galí ve Donaire (2015), Flickr’da Barselona’ya ait çevrimiçi fotoğrafları inceledikleri çalışmalarında birkaç popüler turistik yerin Barselona’nın algılanan destinasyon imajında baskın olmakla birlikte çok sayıda yeni yer ve mekana ait görselin bulunduğunu belirtirken bu durumun kentin geleneksel destinasyon imajını değiştirerek, genişleterek ve yenileyerek yeni bir görsel imajı oluşturduğunu ifade etmektedir. Stepchenkova ve Zhan (2013)’ın, Peru resmi destinasyon web sitesindeki görseller ile fotoğraf tabanlı bir sosyal ağ olan Flickr üzerindeki Peru’ya ilişkin fotoğraflar temelinde yansıtılan ve algılanan

imajın uyumuna yönelik içerik analizi yöntemiyle bir karşılaştırma yaptıkları çalışmalarında; en çok doğa, manzara, insanlar ve arkeolojik alanlara ilişkin görsellerin bulunduğu ve bu üç tema bağlamında destinasyon web sitesi ile sosyal ağ arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir. Bununla birlikte destinasyon web sitesinde, daha çok ülkenin doğal güzelliklerine odaklanan bir yaklaşım söz konusu iken Flickr’da yerel halkın yaşamlarına yönelik paylaşımların olduğu ifade edilmektedir. Stepchenkova, Kim ve Kirilenko (2014)’nın Koreli ve Amerikalı turistlerin fotoğraflarından Rusya’nın imajını Flickr ve bloglar üzerinden inceledikleri çalışmalarında, Rusya imajının farklı kültürlerde algılanan benzer özellikleri olduğu gibi farklı özelliklerin de olduğunu belirtmektedirler. Kim ve Stepchenkova, (2015) ise turistlerin farklı kültürel özellikleri olmasına rağmen, genellikle destinasyonlarda fotoğraflamak istedikleri hususun destinasyonun ikonik çekicilikleri olduğunu belirtmektedirler.

Özetle, turistler tarafından oluşturulan fotoğraflar algılanan destinasyon imajının anlaşılmasında önemli bir kaynak olarak görülmekte (MacKay ve Couldwell, 2004; Donaire, Camprubí ve Galí, 2014) ve turistlerin satın alma tercihlerinde önemli bir yer tutmakta olup, internetin yaygınlaşması ile birlikte görsel öğeler destinasyon imajının oluşmasında son derece etkili olduğunu ifade etmek mümkündür. Erzincan ili, 1990’lı yıllardan beri doğa sporları ile turistik çekicilikleri ön plana çıkarmaya başlamıştır. Bu nedenle bu çalışmada Erzincan’ın görsel çevrimiçi destinasyon imajının incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda şu araştırma sorularına cevap aranmıştır:

- Doğa sporlarına ilişkin görsellerin içeriği nelerden oluşmaktadır?
- En çok hangi doğa sporuna ilişkin görseller sunulmaktadır?

Konu ile ilgili çalışmaların sınırlı olması, bu araştırmanın yapılmasında belirleyici olmakla birlikte, Erzincan’ın çevrimiçi destinasyon imajının ortaya konulması, ilin destinasyon imajının oluşturulmasına yönelik çalışmalar yapan ilgili kişi, kurum ve kuruluşlara yönelik fikir üretilebilmesi açısından önemlidir. Erzincan’ın çevrimiçi destinasyon imajının nasıl belirlendiğine ilişkin bilgilere yöntem kısmında yer verilmiştir.

## 2. YÖNTEM

Çalışmada Erzincan ilinin doğa sporları bağlamında çevrimiçi imajını incelemek için Google arama motorunun görsel arama kısmı kullanılarak “Erzincan doğa sporları” anahtar kelimesiyle 01 Ocak 2016 tarihinde arama yapılmıştır. Bu arama sonucunda ilk sayfada gösterilen 495 görsele ulaşılmıştır. Arama sonuçları, (i) görseller içerisinde yer alan videolar, (ii) ilgili anahtar kelimeyle ilgili olmayan devlet erkânına ve diğer kişilere ait kişisel fotoğraflar, (iii) kelime benzerliğinden kaynaklanan ama ilgili olmayan görseller, (iv) reklam ve logo unsurları içerenler ve (v) diğer destinasyonlara ait görseller çıkartılarak daraltılmıştır. Böylelikle geriye kalan 312 görselin her birine bir numara verilerek NVivo nitel veri analiz programında bir veri seti oluşturulmuş ve içerik analizine hazır hale getirilmiştir.

İçerik analizinin ilk aşaması verilerin kodlanmasıdır. Verilerin kodlanması süreci araştırmacının veri setini birkaç defa okumasını ve ortaya çıkan kodlar üzerinde tekrar tekrar çalışmasını gerektirmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2008). Bu nedenle veri setinden rastgele seçilen 50 görsel, ön test kapsamında analiz edilmiştir. İçerik analizinde geçerlilik ve güvenilirlik diğer araştırma süreçlerinde olduğu gibi önem arz etmektedir. Bu nedenle içerik analizinin geçerliliği iki aşamalı bir süreç olarak kabul edilir. Bu aşamalardan birincisi kodlama yapan araştırmacılara rehberlik eden bir kodlama şemasının oluşturulmasını içermekte iken ikincisi ise araştırmacıların kodlama yaparken takip edecekleri belli standartların oluşturulmasıdır (Potter ve Levine-Donnerstein, 1999). Bu bağlamda ön test neticesinde tema isimleri ve bu temalara dâhil edilecek görsellere ilişkin kurallar oluşturulmuştur. Bu kurallar çerçevesinde önce iki farklı kodlamacı tarafından, sonrasında ise güvenilirlik amaçlı üçüncü bir kodlamacı tarafından tüm içerikler bağımsız olarak tekrar kodlanmıştır. Kodlamaların ardından iki kodlamacının verileri ışığında yapılan uyum istatistiğinde genel Cohen Kappa katsayısı 0,96

olarak bulunmuştur. İki veya daha fazla kodlayıcı arasındaki anlaşma veya uyum miktarı, içerik analizinin iç geçerliliği için önemlidir (Neuendorf, 2002).

Krippendorff'e (2013) göre içerik analizlerinde güvenilirlik için üç farklı yaklaşım bulunmaktadır. Bunlar sürecin zamana göre değişmediği *kararlılık yaklaşımı*, sürecin farklı yerlerde, değişen şartlar altında veya farklı fakat işlevsel olarak eşit ölçüm araçları ile farklı araştırmacılar tarafından tekrar üretilebildiği *tekrarlanabilirlik yaklaşımı* ve kodlayıcı değerlendirmelerinin bir standart ile karşılaştırıldığı yani sürecin bir standarta uygun olduğu *kesinlik yaklaşımıdır*. Kararlılık yaklaşımına göre kodlamayı yapan araştırmacılar aynı içerikleri aradan belli bir süre geçtikten sonra tekrar kodladıklarında ilk kodlamalarıyla eşleşiyor ise kodlamalarının istikrarlı olduğu düşünülmektedir (Potter ve Levine-Donnerstein, 1999). Bu nedenle çalışmada ilk iki kodlamacı ilk kodlamayı yaptıktan iki hafta sonra aynı verileri kullanarak ve aynı süreci takip ederek yeniden kodlama yapmış olup elde edilen sonuçlar ilk kodlama ile % 98 oranında benzerlik göstermiştir. Tekrarlanabilirlik yaklaşımı bağlamında da araştırmaya dâhil olmayan ama kodlama konusunda eğitim verilen üçüncü bir araştırmacı aynı verileri kodlama şemasını kullanarak kodlamış ve benzer değerlendirmelerin olduğu görülmüştür. Kesinlik yaklaşımı bağlamında da araştırmacılar tarafından kodlar için bazı standartlar oluşturulmuştur. Fakat Krippendorff'e (2013) göre, en güçlü güvenilirlik ölçüsü olmakla birlikte kodlamalara ilişkin bir standart oluşturabilecek uzman yetersizliği ve standardın ne olacağı konusundaki tartışmalara kesin yanıt vermenin güçlüğünden dolayı bu üç yaklaşım içinde varsayılan en güçlü yaklaşım tekrarlanabilirlik yaklaşımıdır.

Ayrıca kodlama sürecinde görselin içeriğinin birden fazla kodu barındırdığı durumda, tüm kodlar için ayrı ayrı kodlama yapılmıştır. Örneğin aynı görsel içinde kayak yapanlar ile teleferiğin yer alması durumunda, ilgili görsel hem kayak hem de teleferik kodu altında yer almıştır. Bu çalışmada kodlama yapılırken, verilerden çıkarılan kavramlara göre kodlama yaklaşımı (Yıldırım ve Şimşek, 2008) benimsenerek kodlar doğrudan verilerden üretilmiştir. Bu yaklaşım neticesinde beş ana tema altında 33 temaya ulaşılmıştır.

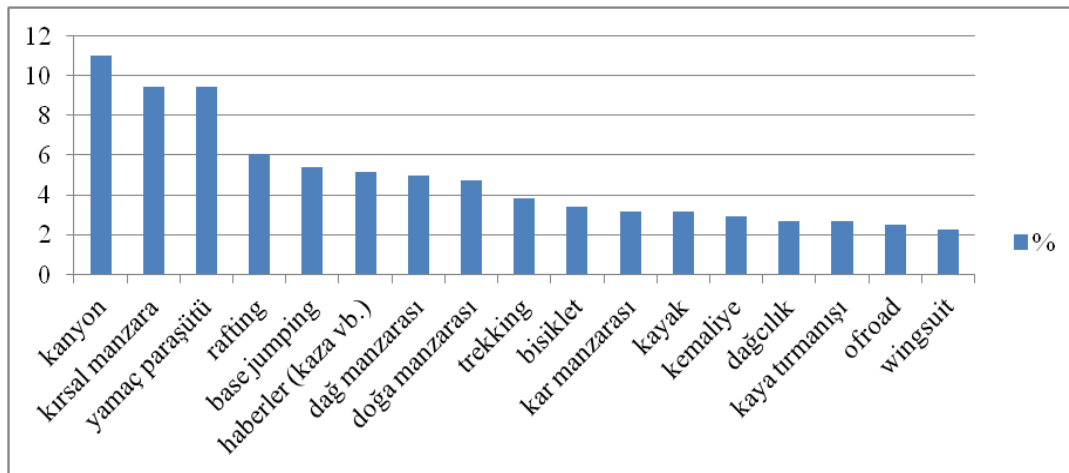
### **3. BULGULAR**

Doğa sporları odaklı Erzincan çevrimiçi destinasyon imajına ilişkin temalara Tablo 1'de yer verilmiştir. Buna göre 312 fotoğrafa ilişkin 33 tema altında kaydedildiği görülmektedir. Bazı fotoğraflar birden fazla temaya dâhil edildiklerinden bu fotoğraflarda toplam 444 kez ilgili temalar yer almaktadır.

**Tablo 1. Temalara ilişkin dağılım**

Temalar	n	%	Temalar	n	%
Kanyon	49	11	İzleyiciler	9	2,0
Kırsal Manzara	42	9,4	Kano	9	2,0
Yamaç Paraşütü	42	9,4	Şehir Manzarası	9	2,0
Rafting	27	6,0	Teleferik	7	1,5
Base Jumping	24	5,4	Göl	6	1,3
Haberler (kaza vb.)	23	5,1	Buzul Tırmanışı	5	1,1
Dağ Manzarası	22	4,9	Cirit	5	1,1
Doğa Manzarası	21	4,7	Diğer	5	1,1
Trekking	17	3,8	Somut Miras	5	1,1
Bisiklet	15	3,3	Kampçılık	4	0,9
Kar Manzarası	14	3,1	Şelale	3	0,6
Kayak	14	3,1	Yerel Halk	3	0,6
Kemaliye	13	2,9	Bot Safari	2	0,4
Dağcılık	12	2,7	Gün Batımı Manzarası	2	0,4
Kaya Tırmanışı	12	2,7	Kitesurf	1	0,2
Ofroad	11	2,4	Su Kayağı	1	0,2
Wingsuit	10	2,2	Toplam	444	100

Erzincan Karanlık kanyonuna ait görseller toplam içeriğin % 11'inde yer alarak en çok kaydedilen temayı temsil etmektedir. Kırsal manzara ve yamaç paraşütü de % 10'a yakın bir oranla görseller içinde en çok görülen temaları oluşturmaktadırlar. Sırasıyla rafting ve base jumping sporlarına ilişkin görsellerin dördüncü ve beşinci en çok kaydedilen temalar olduğu görülmektedir. Erzincan'da yapılan doğa sporları ile ilgili olan ancak özellikle de yaşanan kazalara ve ölüm olaylarına ait haberlere ait görsellerin de arama motorunda en çok yer alan içerik olduğu görülmektedir. Bununla birlikte su kayağı ve kitesurf gibi doğa sporlarına ilişkin sadece birer görsel bulunması nedeniyle bu iki tema, 312 fotoğraf içinde en az temsil edilen temalar olmuştur.

**Şekil 1. En çok kullanılan temalara ilişkin dağılım**

Bu araştırmanın birinci araştırma sorusu olan ‘doğa sporlarına ilişkin görsellerin içeriği nelerden oluşmaktadır?’a ilişkin olarak Şekil 1’de görsellerde en çok atıf yapılan temalara yer verilmiştir. Buna göre kanyon, kırsal manzara, yamaç paraşütü, rafting ve base jumping temaları Erzincan doğa sporları anahtar kelimesi ile yapılan aramalar neticesinde ortaya çıkan görsellerin çoğunu oluşturmaktadır.

Ayrıca Şekil 1’de görüldüğü üzere kazalara ilişkin haberlere ait görseller, tüm görseller arasında oldukça fazla yer almaktadır. Bu durumun özellikle bazıları ölümle sonuçlanan base jumping ve wingsuit doğa sporları ile ilişkili olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bunun yanında çevrimiçi görseller içinde dağ ve doğa manzarası, trekking, bisiklet, kar manzarası ve kayak temaları da bulunmaktadır.

Tablo 2’de birbiriyle ilişkili olabilecek temaların gruplandırılmasıyla oluşturulan ana temalara doğa sporları, manzara, çekicilikler ve diğer olmak üzere dört başlık altında yer verilmiştir. Ayrıca araştırmanın ikinci araştırma sorusu olan ‘en çok hangi doğa sporuna ilişkin görseller sunulmaktadır?’a ilişkin olarak Tablo 2’de doğa sporları ana temasına yer verilmiştir. Buna göre çevrimiçi görsellerde 17 farklı doğa sporuna ait içeriğin olduğu görülmektedir. Görsellerde en çok yer alan doğa sporları yamaç paraşütü, rafting ve base jumping iken en az yer alanların ise su kayağı, kitesurf ve bot safari olduğu görülmektedir.

**Tablo 2. Ana temalara ilişkin dağılım**

Ana Tema	Tema	n	%	Ana Tema	Tema	n	%
Doğa Sporları	Yamaç Paraşütü	42	9	Manzara	Kırsal Manzara	42	9
	Rafting	27	6		Dağ Manzarası	22	5
	Base Jumping	24	5		Doğa Manzarası	21	5
	Trekking	17	4		Kar Manzarası	14	3
	Bisiklet	15	3		Şehir Manzarası	9	2
	Kayak	14	3		Gün Batımı Manzarası	2	0
	Dağcılık	12	3		Toplam	110	25
	Kaya Tırmanışı	12	3	Çekicilikler	Kanyon	49	11
	Ofroad	11	2		Kemaliye	13	3
	Wingsuit	10	2		Teleferik	7	2
	Kano	9	2		Göl	6	1
	Buzul Tırmanışı	5	1		Somut Miras	5	1
	Cirit	5	1		Şelale	3	1
	Kampçılık	4	1		Toplam	83	19
	Bot Safari	2	0	Diğer	Haberler (kaza vb.)	23	5
	Kitesurf	1	0		İzleyiciler	9	2
	Su Kayağı	1	0		Diğer (ulaşım vb.)	5	1
Toplam	211	48	Yerel Halk		3	1	
			Toplam		40	9	

Tablo 2’ye göre çevrimiçi görsellerde ikinci olarak en çok yer alan ana tema, toplam içeriğin % 25’inde yer alan manzara teması olmuştur. Doğa sporlarıyla ilişkili olarak görsellerde en çok ilişkilendirilen manzara ise kırsal manzara olmuştur. Bunu sırasıyla dağ, doğa, kar manzarası izlemektedir. En az görülen manzara türü ise gün batımı manzarası ve şehir

manzarasıdır. Bu durum Şekil 2’de gösterildiği üzere Kemaliye ve özellikle yamaç paraşütüne ilişkin görsellerde kırsal manzaranın çoğunlukla yer alması ile açıklanabilecektir. Genel olarak bakıldığında ise belirlenen kırsal, dağ ve doğa manzaralarının Erzincan imajı ile paralellik gösterdiği söylenebilir.

Çevrimiçi görsellerde toplam içeriğin % 19’unda yer alan Erzincan’a ait turistik çekicilikler incelendiğinde en çok Karanlık kanyonu (% 11) yer almaktadır. Kemaliye’nin genel görünümüne ilişkin görseller ikinci sırada yer alırken sırasıyla teleferik görüntüsü, göller, somut miras başlığı altında yer verilen tarihi ev ve yapılar ve şelaleler yer almaktadır. Buna göre doğa sporları ile ilgili görsellerde en çok yer alan turistik çekiciliğin kanyon olduğu görülmektedir. Bu durumun destinasyon olarak rafting ile daha çok ilişkilendirilen Erzincan için beklenen bir durum olduğu söylenilebilir.

Tablo 2’ye göre dördüncü ana tema ise toplam içeriğin % 9’unu oluşturan ve haberler, doğa sporlarını takip eden izleyiciler ve yerel halkın da yer aldığı görsellerden oluşan diğer temasıdır. Bu ana tema altında en dikkat çekici unsur çoğunlukla doğa sporlarına ilişkin yaşanan kaza ve ölüm haberlerinden oluşmaktadır. Toplam içeriğin % 5’ni oluşturan haberler teması medyanın bu tarz haberlere daha çok yer vermesi ile açıklanabilir.

#### 4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu araştırma çevrimiçi destinasyon imajına yönelik görsel öğeleri temel alan nitel bir araştırmadır. Görsel öğeler seyahat edenlerin hem kendi deneyimlerinin sembolü ve sunumu olarak hem de diğer seyahat edenlerin deneyimlerinden fikir edinmek için kullanıldığından önemlidir. Özellikle fotoğraflar hem gerçeğin yansıtılması (Stepchenkova ve Zhan, 2013) hem de turistik seyahatler için ilham oluşturmaları (Ye ve Tussyadiah, 2011) bakımından destinasyon imajını etkilemektedir. Bu nedenle bu çalışmada Erzincan ilinin çevrimiçi görsel destinasyon imajı içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir.

Araştırmanın sonuçlarına göre çevrimiçi destinasyon imajı bağlamında Erzincan doğa sporlarına ilişkin görsellerde en çok yer alan doğa sporu türlerinin yamaç paraşütü, rafting ve base jumping olduğu görülmektedir. Bu durum Erzincan çevrimiçi destinasyon imajının en çok bu spor türleri ile ilişkilendirilebileceğini göstermektedir. Bununla birlikte bölgede yapılabilen cirit, kampçılık, bot safari, kitesurf ve su kayağı gibi spor türlerine ilişkin görsellerin oldukça az bulunduğu görülmektedir. Bu spor türlerinin de ilgili destinasyonda yapılma imkânının olduğunu potansiyel seyahat edenlere gösterebilmek ve onları destinasyona yönlendirebilmek için bu doğa sporlarına ilişkin içeriklerin hem sayısı artırılmalı hem de bu içeriklerin ulaşılabilirliği sağlanmalıdır. Erzincan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne göre ildeki turizm aktiviteleri olarak sırasıyla rafting su kayağı, yamaç paraşütü, trekking - dağcılık ve kampçılık, kayak tesisleri ve oteli, avcılık ve balıkçılık, cirit ve sağlık (kaplıca) turizmi yer almaktadır (EİKTM, 2016). İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün tavsiye ettiği turizm aktiviteleri ile çevrimiçi görseller karşılaştırıldığında su kayağı, avcılık ve cirit gibi doğa sporlarının çevrimiçi olarak çok az yer aldığı görülürken tavsiyelerde yer verilmeyen base jumping, bisiklet, offroad, wingsuit gibi doğa sporlarının da yer aldığı görülmektedir. Araştırmanın bu sonucu Govers ve Go (2004), Choi, Lehto ve Morrison (2007), Pearce, Wu ve Chen, (2015) ile Hunter (2016)’ın çalışmalarıyla paralellik göstermektedir. Bu çalışmalara göre resmi kuruluşların oluşturmaya çalıştıkları imaj ile seyahat edenlerin algıladıkları veya gördükleri farklı olabilmektedir. Bu nedenle destinasyonların kendi potansiyellerini doğru bir şekilde anlamaları ve buna yönelik olarak tanıtım ve pazarlama çalışmaları yapmaları daha faydalı olacaktır.

Destinasyona ilişkin yapılan görsel aramalarda her ne kadar doğa sporlarının bazı tehlikeleri içinde barındırıyor olması genel kabul görse de ölüm ve kaza haberlerine ait görsellerin çevrimiçi ortamda oldukça fazla ve ön planda olarak yer alması ilgili destinasyonun imajını olumsuz yönde etkileyecektir. Burada birinci öncelik kazalar için gerekli önlemlerin alınması olacaktır. Destinasyon imajı için alınacak önlemler ise hem destinasyon yöneticileri hem de destinasyonu ziyaret edenlerin teşvik edilerek oluşturacakları olumlu yöndeki organik



yazı ve görsellerden oluşan içerikler olacaktır. Bu duruma en güzel örnek olarak 11 Mart 2011'de, Japonya'da yaşanan deprem gösterilebilecektir. Çünkü deprem ve sonrasında ortaya çıkan tsunami dalgaları ile Japonya büyük ölçüde yeniden inşa edilmek zorunda kalmış ve ülkenin çevrimiçi itibarı da aynı ölçüde etkilenmiştir. Dolayısıyla insanların zihninde yıkıntılar arasında kalan bir ülke imajı bulunmaktaydı. Japonya ziyaret için güvenli ve güzel bir yer olduğunu göstermek ve insanların zihnindeki bu imajı değiştirmek için "post from Japan" isimli bir akıllı telefon uygulaması geliştirilerek seyahat edenlerin Facebook'ta fotoğraf paylaşımlarına ve paylaştıkları fotoğrafların aldıkları beğeni sayısına göre de ücretsiz internet kullanımını teşvik eden bir çalışma geliştirilerek mevcut turistleri Japonya'nın elçisi haline getirmiştir. Bu örnekten yola çıkarak, destinasyonların ziyaretçilerini, destinasyon imajının olumlu yönde inşasında teşvik edici ve kolaylaştırıcı önlemler almalarına yöneltmeleri gerektiği söylenebilir.

Bu araştırmadaki çevrimiçi görseller değerlendirildiğinde genel olarak birbirine içerik olarak yakın oldukları ve benzer görsellerin tekrar kullanımının yoğun olduğu görülmektedir. Görsel bir zenginlik yaratmak için doğa sporlarına ilişkin farklı açılardan çekilmiş görsellere daha çok yer verilmesi destinasyon imajına olumlu bir katkı yapacaktır. Bu da ancak hem turistlerin destinasyona ilişkin görsel paylaşımlarını zenginleştirici önlemler ile hem de resmi destinasyon pazarlama örgütlerinin internetin yeni özelliklerine göre farklı içerik türleri oluşturmaları ile mümkün olabilecektir.

Bu çalışmadaki veriler resmi destinasyon örgütlerinden ziyade diğer medya kanalları ve internet kullanıcıları tarafından oluşturulmuş görsellere dayanmaktadır. Her ne kadar destinasyon pazarlama örgütleri arama motorlarındaki imajlarını şekillendirebilecek imkana sahip olsalar da bu imkanın Erzincan örneğinde kullanılmadığı görülmektedir. Destinasyon pazarlama yöneticilerinin artık destinasyon imajı üzerinde tüm yetkiye sahip olmadıkları gerçeğinin farkına varmaları gerekmektedir (Hunter, 2016). Çünkü bizzat seyahat edenler tarafından yazılı ve görsel olarak oluşturulan içerikler destinasyon imajını etkilemektedir.

Bu araştırma, sonuçları itibarıyla özellikle destinasyon pazarlama ve yöneticilerine bazı öneriler getirmektedir. Bir fotoğrafın bin kelime ettiğine ilişkin genel kanaatin olduğu ve bu durumu destekleyen mobil cihazların kullanım artışı ve fotoğraf tabanlı sosyal ağların (Instagram, Flickr vb.) yaygın kullanımı gibi destekleyici unsurlar da göz önüne alındığında destinasyonların çevrimiçi görsel itibarlarını yönetecek bazı önlemler almaları kaçınılmazdır. Bu bağlamda uygulamaya dönük bazı öneriler getirilmiştir:

- Resmi destinasyon web sitelerinin içerikleri görsel ağırlıklı tasarlanmalı ve içerikler arama motorlarına göre optimize edilmelidir. Örneğin destinasyon web sitesine konulacak görsellerin her birine görselin içeriği de göz önüne alınarak anahtar kelimeler verilerek ilgili siteye yüklenmelidir.
- Destinasyona ait sosyal ağ hesaplarında görsel odaklı içerikler paylaşılmalıdır.
- Destinasyonu ziyaret edenlerin de destinasyona ilişkin görsel içerik paylaşımlarını kolaylaştıracak belli noktalara ücretsiz kablosuz ağ (wifi) noktaları, yarışmalar vb. önlemler alınmalıdır.

Bu araştırmanın bulguları sınırlı sayıdaki görselden oluşan bir veri setinden elde edildiğinden ileride yapılacak çalışmalarda içerik sayısının artırılması faydalı olacaktır. Bu sayının artırılmasında anahtar kelimelerin çoğaltılması, farklı dillerde aramaların yapılması ve yine farklı çevrimiçi alanlardaki (instagram, flickr vb.) görsellere ulaşılması ile mümkün olabilecektir. Bu çalışmada Erzincan destinasyon imajının kısıtlı bir alanı incelenmeye çalışılmıştır, benzer yaklaşımın Erzincan destinasyonuna ilişkin oluşturulmuş resmi turizm web sitelerinin, var ise sosyal ağlarının da incelenmesi ile destinasyon imajının incelenmesi tamamlanabilecektir.

Destinasyon imajı birçok unsurun bir araya gelmesi ile oluşmaktadır. Oysaki bu çalışmada sadece çevrimiçi bilgi kaynaklarından sadece bir tanesine odaklanılmıştır. Bu nedenle sonraki çalışmalarda farklı çevrimiçi bilgi kaynaklarındaki verilerin de kullanılmasıyla birlikte genellenebilirliği daha yüksek araştırmaların ortaya çıkması sağlanabilecektir.

## 5. KAYNAKLAR

- Çakmak, E., & Isaac, R. K. (2012). What destination marketers can learn from their visitors' blogs: An image analysis of Bethlehem, Palestine. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1), 124-133.
- Choi, S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. (2007). Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites. *Tourism Management*, 28(1), 118-129.
- Dewar, K., Li, W. M., & Davis, C. H. (2007). Photographic images, culture, and perception in tourism advertising: AQ methodology study of Canadian and Chinese university students. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(2), 35-44.
- Donaire, J. A., Camprubí, R., & Galí, N. (2014). Tourist clusters from Flickr travel photography. *Tourism Management Perspectives*, 11, 26-33.
- Dwivedi, M. (2009). Online destination image of India: A consumer based perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(2), 226-232.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. (2003). The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48
- Erzincan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2016). Turizm Aktiviteleri. <http://www.erzincankulturturizm.gov.tr/TR,57401/turizm-aktiviteleri.html>
- Fairweather, J. R., & Swaffield, S. R. (2001). Visitor experiences of Kaikoura, New Zealand: an interpretative study using photographs of landscapes and Q method. *Tourism Management*, 22(3), 219-228.
- Galí, N., & Donaire, J. A. (2015). Tourists taking photographs: the long tail in tourists' perceived image of Barcelona. *Current Issues in Tourism*, 18(9), 893-902.
- Garrod, B. (2008). Exploring place perception a photo-based analysis. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 381-401.
- Govers, R., & Go, F. M. (2002). Deconstructing destination image in the information age. *Information Technology & Tourism*, 6(1), 13-29.
- Govers, R., & Go, F. M. (2004). Projected destination image online: Website content analysis of pictures and text. *Information Technology & Tourism*, 7(2), 73-89.
- Hao, X., Wu, B., Morrison, A. M., & Wang, F. (2015). Worth thousands of words? Visual content analysis and photo interpretation of an outdoor tourism spectacular performance in Yangshuo-Guilin, China. *Anatolia*, 27(2), 201-213
- Hunter, W. C. (2016). The social construction of tourism online destination image: A comparative semiotic analysis of the visual representation of Seoul. *Tourism Management*, 54, 221-229.
- Hunter, W. C. (2008). A typology of photographic representations for tourism: Depictions of groomed spaces. *Tourism Management*, 29(2), 354-365.
- Jenkins, O. (2003). Photography and travel brochures: The circle of representation. *Tourism Geographies*, 5(3), 305-328.
- Jutla, R. S. (2000). Visual image of the city: tourists' versus residents' perception of Simla, a hill station in northern India. *Tourism Geographies*, 2(4), 404-420.
- Krippendorff, K. (2013). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology* (3rd edition). USA: Sage
- Law, R., Qi, S., & Buhalis, D. (2010). Progress in tourism management: A review of website evaluation in tourism research. *Tourism management*, 31(3), 297-313.
- Leung, D., Dickinger, A., & Nixon, L. (2017). Impact of Destination Promotion Videos on Perceived Destination Image and Booking Intention Change. İçinde R. Schegg ve B. Stangl (Ed.), *Information and Communication Technologies in Tourism* (ss. 489-502). Cham: Springer.
- Lo, I. S., & Mc Kercher, B. (2015). Ideal image in process: Online tourist photography and impression management. *Annals of Tourism Research*, 52, 104-116.
- Lothian, A. (1999). Landscape and the philosophy of aesthetics: is landscape quality inherent in the landscape or in the eye of the beholder?. *Landscape and Urban Planning*, 44(4), 177-198.
- Mak, A. H. (2017). Online destination image: Comparing national tourism organisation's and tourists' perspectives. *Tourism Management*, 60, 280-297.
- MacKay, K. J., & Couldwell, C. M. (2004). Using visitor-employed photography to investigate destination image. *Journal of Travel Research*, 42(4), 390-396.
- Marine-Roig, E. & Clavé, A.S. (2016). Perceived image specialisation in multiscale tourism destinations. *Journal of Destination Marketing & Management* (in press) <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.12.007>
- Naoi, T., Airey, D., Iijima, S., & Niininen, O. (2006). Visitors' evaluation of an historical district: Repertory Grid Analysis and Laddering Analysis with photographs. *Tourism Management*, 27(3), 420-436.
- Neuendorf, K. A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks: Sage.
- Pike, S. & Kotsi, F. (2016). Stopover destination image - Using the Repertory Test to identify salient attributes. *Tourism Management Perspectives*, 18, 68-73.
- Pearce, P. L., Wu, M. Y., & Chen, T. (2015). The spectacular and the mundane: Chinese tourists' online representations of an iconic landscape journey. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(1), 24-35.

- Potter, W. J., & Levine-Donnerstein, D. (1999). Rethinking validity and reliability in content analysis. *Journal of Applied Communication Research*, 27(3), 258-284.
- Sparks, B. A., & Wang, Y. (2014). Natural and Built Photographic Images: Preference, Complexity, and Recall. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(7), 868-883.
- Stepchenkova, S., & Mills, J. E. (2010). Destination image: A meta-analysis of 2000–2007 research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 575-609.
- Stepchenkova, S., & Zhan, F. (2013). Visual destination images of Peru: Comparative content analysis of DMO and user-generated photography. *Tourism Management*, 36, 590-601.
- Stepchenkova, S., Kim, H., & Kirilenko, A. (2014). Cultural differences in pictorial destination images Russia through the camera lenses of American and Korean tourists. *Journal of Travel Research*, 0047287514535849.
- Kim, H., & Stepchenkova, S. (2015). Effect of tourist photographs on attitudes towards destination: Manifest and latent content. *Tourism Management*, 49, 29-41.
- Tasci, A. D., Gartner, W. C., & Cavusgil, S. T. (2007). Measurement of destination brand bias using a quasi-experimental design. *Tourism Management*, 28(6), 1529-1540.
- Urry, John. (2009). *Turist Bakışı* (1.baskı). Ankara: Bilgisu Yayıncılık
- Wang, Y., & Sparks, B. A. (2016). An eye-tracking study of tourism photo stimuli: image characteristics and ethnicity. *Journal of Travel Research*, 55(5), 588-602.
- Ye, H., & Tussyadiah, I. P. (2011). Destination visual image and expectation of experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(2), 129-144.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6.baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksel, A., & Akgül, O. (2007). Postcards as affective image makers: An idle agent in destination marketing. *Tourism Management*, 28(3), 714-725.
- Zhou, L. (2014). Online rural destination images: Tourism and rurality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(4), 227-240.

# DOĞA BİLİNÇLİ NESİLLER YETİŞTİRMEDE EKOTURİZMİN ÖNEMİ: KIRKLARELİ İLİ-DEREKÖY DOĞA EĞİTİM MERKEZİ ÖRNEĞİ

## THE IMPORTANCE OF ECOTOURISM IN RAISING GENERATIONS WITH NATURE CONSCIOUSNESS: THE SAMPLE OF KIRKLARELİ DEREKOY NATURE EDUCATION CENTER

Kaplan UĞURLU<sup>1</sup>, Bayram AKAY<sup>2</sup>

**ÖZET:** Bu araştırmanın amacı, doğa temelli turizm türlerinden birisi olan ekoturizmin doğa bilinçli nesiller yetiştirmede önemini ortaya koymaktır. Araştırma hem nitel hem de nicel araştırma yöntemine dayanmaktadır. Araştırmada ilk olarak Dereköy doğa eğitim merkezindeki doğa eğitim programına katılan 24 öğrenci ile odak grup görüşmesi yapılmıştır. İkinci olarak, 2015 yazında eğitim programlarına katılan 118 öğrenciden elde edilen anketler kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, öğrencilerin doğa ile iç içe bir ortamda konaklama, doğa yürüyüşü, kamp, longoz ormanları, mağara, köy gezisi gibi etkinliklerden sonra doğa hakkında bilinçlendikleri söylenebilir. Öğrenciler mağarayı, köyü, yılanı ve karabatak kuşunu ilk defa görüp beğenmiştir.

**Anahtar sözcükler:** Ekoturizm, Doğa Bilinci, Kırklareli, Dereköy Doğa Eğitim Merkezi

**ABSTRACT:** The aim of this research is to present the importance of eco-tourism training which is a nature-based tourism for raising eco-conscious generations. The study is based on both qualitative and quantitative research method. In the research firstly, 24 students who are participated in the natural training program at the training center in Derekoy were conducted for focus group interviews. Secondly, surveys obtained from 118 students who were participated to training programs during summer of 2015 were used. As a result of the research, it can be claimed that the students become more aware of the nature after accommodating in an environment intertwined with nature and activities such as hiking, camping, swamp forests, caves, and village trip. In addition, the students have seen the cave, village, snake and the cormorants for the first time and they enjoyed them.

**Keywords:** Ecotourism, Nature Consciousness, Kırklareli, Dereköy Nature Education Center.

### 1. GİRİŞ

Çevre bilgisi teknik anlamda uzmanlar tarafından çevre sorunlarının giderilmesi amacıyla kullanılırken, diğer taraftan da toplumsal anlamda bir çevre bilincinin oluşturulmasında da büyük önem taşımaktadır. *Çevre bilinci*; çevreyle ilgili kararları, ilkeleri, yorumları içeren düşüncelerden, bu düşüncelerin yaşama aktarılması olan davranışlardan ve bütün bunlarla ilgili olarak çeşitli duygulardan oluşmaktadır. Böylesine kapsamlı bir kavramın gelişimi de kuşkusuz basit bir süreçle oluşmamaktadır. İnsanoğlunun çevresiyle etkileşime girişiyle ivme kazanan bu süreç yaşam boyu devam eder. Çevre bilinci kişilik gelişimine paralel olarak çeşitli etkenlerin karşılıklı etkileşimi ile gelişerek oluşmaktadır. Bu olgunun gelişmesi açısından en önemli süreç çevre eğitimidir. *Çevre eğitimi*; toplumun tüm kesimlerinde ekoloji ve çevre bilincinin geliştirilmesi, çevreye duyarlı bireylerin yetiştirilerek bu bireylerde kalıcı davranışların yerleşmesinin sağlanması, doğal, tarihi ve kültürel değerlerin korunması, çevresel faaliyetlere

\* Yrd. Doç. Dr. Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kırklareli-Turkey, kugurlu@superonline.com.

\*\* Yrd. Doç. Dr. Kırklareli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kırklareli-Turkey, bayramakay@klu.edu.tr.

aktif olarak katılımın sağlanması, çevre sorunlarının çözümünde görev alınması olarak tanımlanmaktadır (Çiçek, 2012: 8).

İnsanların çevreyi bilinçsizce harap etmesi, kirlenmesi ve doğal kaynakları plansızca tüketmesi neticesinde doğal felaketler hem bizim yaşantımızı, hem de gelecek nesillerin ve diğer canlıların yaşamlarını tehdit etmektedir. İnsanların doğaya verdikleri zararlar yer üstünü aşarak atmosfere dahi zarar verecek duruma gelmiştir. Bu tehditlere karşı durabilmenin en iyi yollarından birisi kuşkusuz çevreye duyarlı insanlar olmamız ve bu düşünce yapısına sahip çocuklar yetiştirmemizdir. Bu nedenle doğa bilincinin kazandırılması için insanlar; zaman kaybetmeden üzerlerine düşenleri yapmalı, çevreye zarar verici kötü davranış ve alışkanlıklardan vazgeçmeli ve davranış, tutum, bilgi ve değer yargılarını değiştirecek uğraşlara öncelik vermelidirler. Çünkü çevre problemleri artık yasalar ve teknolojinin de başa çıkamayacağı kadar büyümüştür. Bu problemlerin gelecek nesillere aktarılmaması için bu problemlere sebep olan insanların bireysel davranış ve tutumlarını değiştirmesi gerekmektedir. Doğa bilincinin geliştirilmesi yönünde davranış ve tutumların değişmesi ise doğa eğitimi ile mümkündür. Gelişim psikolojisi alanında yapılan araştırmalar, çocukluk döneminde kazanılan bilincin ileriki yaş dönemlerini de etkilediğini ortaya koymaktadır. Bu nedenle doğa eğitimlerinin çocuk yaşlarda verilmeye başlanması doğa bilinçli nesiller yetiştirilmesi açısından önem kazanmaktadır.

Günümüzde çocuklar doğal bir besin olan sütü fabrikada üretilen bir içecek olarak görmektedirler. Çoğu zaman doğal olmayan yiyecek ve içecekleri doğal olanına tercih etmektedirler. Hayatlarında hiç inek görmemiş çocukların televizyonda seyrettikleri süt reklamlarında, çizgi filmdeki ineğin renginin mor olmasından dolayı ineklerin mor renkli bilmeleri vb. örnekler göstermektedir ki; doğal yaşamdan uzak, kentlerde yaşayan çocuklar çevre bilgisi ve bilincinden uzaktırlar. Gelecek neslin fiziksel, biyolojik ve ruhsal gelişimi için önemli olan içinde yaşadığı çevreyi tanıması, bu konuda eğitilmeleri ve bilinçlendirilmeleri bu nedenle önem kazanmaktadır. Daha da önemlisi çevre eğitimi, çevrenin korunması için tutumların, değer yargılarının, bilgi ve becerilerin henüz küçük yaşlarda çocuklarda geliştirilmesi ve çevreyi canlı cansız tüm varlıkları ile sevmesi için gerekli bir süreçtir. Hızla büyüyen nüfus, kentleşme ve sanayileşmenin getirdiği sorunların en büyük göstergesi köyden kentlere olan göçlerdir. Türkiye'de Cumhuriyetin ilk yılları olan 1927'de 10.000 nüfus kriterine göre, ülkemiz nüfusunun %83,8'i kırsal, %16,2'si şehirselleşmelerde yaşıyordu. 1980 nüfus sayımında şehir nüfusu, kır nüfusundan daha fazla sayıya ulaşmıştır (Gümü, 1998: 75). Kentsel nüfus oranı 2010'da %76,3 ve kırsal nüfus ise %23,7 oranındadır (Yakar, 2012: 389).

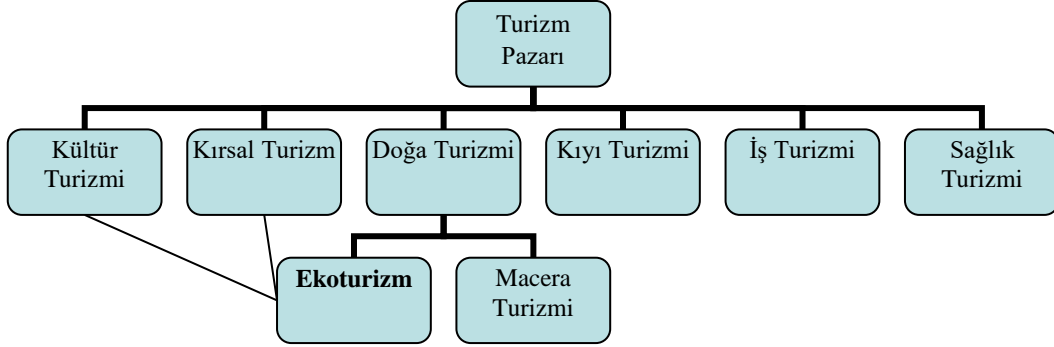
Doğa bilinçli bir nesil yetiştirmede verilecek eğitimlerin uzmanlar tarafından doğal çevrede verilmesi önem kazanmaktadır. Kent yaşamında hayatlarını sürdüren, doğa tecrübesi yaşamamış, doğa ve canlılar ile ilgili bilgilere ebeveynleri, televizyonlardaki belgesellerden ya da kitaplardan öğrenen çocukların ve gençlerin doğal ortamda belli bir süre yaşayarak doğayı öğrenmeleri doğa ile barışık bir neslin yetiştirilmesi için önemli ve etkili bir eğitim yöntemi olacaktır. Bu çalışmada; doğa eğitim okullarının bu misyonu yerine getirmesi, böyle bir eğitim modelinin yaygınlaştırılarak daha üst yaşlardaki bireylere kadar genişletilmesi ve ülkelerin milli eğitim politikaları içerisinde yer alması arzusu ile bir doğa eğitim merkezi örnek alınarak araştırılarak, konuya dikkat çekilmesi düşünülmüştür.

## 2. DOĞA BİLİNCİ KAZANDIRMAYA YÖNELİK FAALİYETLER

### 2.1. Ekoturizm

Ekoturizm; özellikle kuşlar ve diğer yaban hayatı, doğal alanlar, kayalıklar, mağaralar, fosil alanları, arkeolojik sitler, sulak alanlar ve nadir türlerin bulunduğu alanlar gibi doğal ve arkeolojik kaynaklara dayanan turizm türüdür (David ve Jean, 2003: 18). Ekoturizm, bir yeri ziyaret eden turistlere, ilk elden deneyim yolu ile o yeri tanıma olanağı sağlar; bir eğitim

deneyimi içerir; çevreye karşı sorumlu ve olumsuz etkileri azaltmaya çalışır; yerel ekonominin girdilerini en fazla çıkarır (Kahraman ve Türkay, 2004: 33). Ekoturizm, yerel halk ve turistler arasında, doğal ve kültürel varlıkların korunmasına yönelik bilincin artırılmasını sağlayan ve çevresel korumayı bizzat teşvik eden sürdürülebilir turizm türüdür (Kuter ve Ünal, 2009:151). Turizm pazarı içerisinde ekoturizm, doğa turizminin alt kategorisinde yer alır. Kırsal ve kültürel turizmle yakından ilişkilidir (Bkz, Şekil1).



Şekil 1: Ekoturizm Pazarı

**Kaynak:** *Turizm ve Çevre*, (2004). Kahraman ve Türkay, ss: 33.

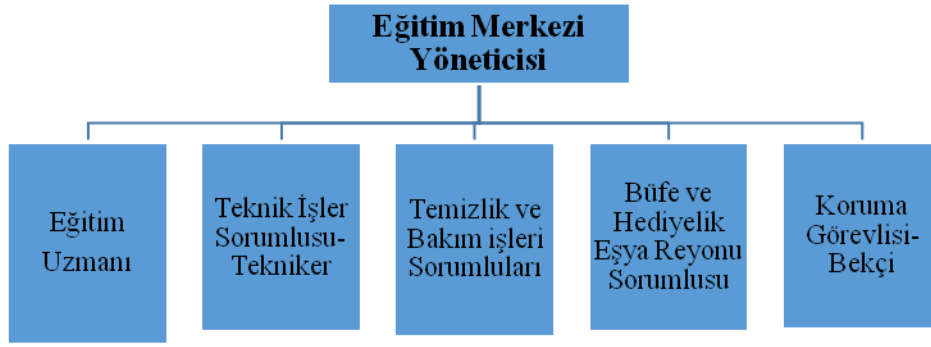
Dünya genelinde doğa turizmine dayalı turizm türleri %30 artarken genel turizm oranında yaklaşık %4'lük bir büyüme meydana gelmiştir. Bu artışın sebebi insanların şehir hayatının sıkıntısından kurtulmanın bir yolu olarak çözümü doğada aramalarıdır. Bu yüzden ulusal park ve korunmuş alanları ziyaret edenlerin sayısı artmaktadır (Wearing ve Neil, 1999: 4). Genellikle eko-turistlerin çevreye çok daha fazla duyarlı oldukları ve doğal kaynakların zarar görmesine daha az neden oldukları kabul edilir. Ayrıca bu turistler çevresel sorumluluk taşıyan, çevre korumaya özen gösteren tüketiciler ve daha küçük bir ekolojik ayak izi bırakmaya çalışan kişilerdir (Sara ve Friedrich, 2006: 2).

## 2.2. Dereköy Doğa Eğitim Merkezi (DDEM)

### 2.2.1. DDEM Fikri ve Kuruluş Çalışmaları

DDEM, Çevre ve Orman Bakanlığının Yıldız Dağlarında Biyolojik Çeşitliliğin Korunması Ve Sürdürülebilirliğinin Geliştirilmesi projesi fikri olarak ortaya çıkmış ve Aralık 2009'da proje tamamlanmıştır (Savaş, 2010:4). Bu kapsamda biyolojik çeşitlilik, doğa koruma, korunan alanlar, sürdürülebilir kalkınma ve biyosfer alanlarda dâhil olmak üzere öncelikle Yıldız Dağları özelinde, akabinde tüm Türkiye'yi içerecek şekilde "Doğa Eğitimlerinin" yapılmasını konaklamalı olarak destekleyecek bir "Yıldız Dağları Doğa Eğitim Merkezi" oluşturulmuştur (Kırklareli İl Özel İdaresi, 2013: 57).

Doğa Eğitim Merkezi'nin tesis ediliş amacı; öncelikle 11-17 yaş grubu arasındaki çocuklara doğayı doğada öğretme, doğa bilincini artırma ve Yıldız Dağları Biyosferinin sahip olduğu zengin ekosistemi ve tür çeşitliliğini yerinde göstererek doğal kaynakların ve biyolojik çeşitliliğin sürdürülebilir korunması ve yönetimini desteklemektir (<http://yildizdaglari.cevreorman.gov.tr>). Kırklareli Orman ve Su İşleri Şube Müdürlüğü tarafından yönetilen DDEM yönetim şeması Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2: Dereköy Doğa Eğitim Merkezi Yönetim Şeması

**Kaynak:** Çevre ve Orman Bakanlığı (2010). *Doğa Eğitim Merkezi İşletme Planı*; s:11.

Eğitim Merkezinin öncelikli hedef grubu 12–16 yaş grubu arasındaki çocuklardır. Orta ve uzun vadede; üniversite öğrencileri (üniversite kulüpleri ve grupları), izci grupları, özel gruplar (şirketler, turistik amaçlı ziyaretçiler vb.), engelli grupları (koşulların uygunlaştırılması durumunda), çocuk esirgeme vb. kurum çocukları sivil toplum kuruluşları, kamu kurum ve kuruluşları da eğitimlerden yararlanabilecektir (www.trakyagezi.com). Her grup 12 kız ve 12 erkek toplam 24 öğrenciden oluşacaktır (Trakya Kalkınma Ajansı, 2014:4). Merkezin kurulmasının temel amaçları (Çevre ve Orman Bakanlığı, 2010: 31);

- Doğanın korunması için öncelikle çocuklar olmak üzere, değişik yaş ve meslek gruplarına yönelik doğa eğitimlerinin gerçekleştirilmesini sağlamak,
- Yıldız Dağlarının sahip olduğu doğal ve sosyo-kültürel değerleri, biyolojik çeşitliliği tanıtmak, doğanın korunması ve anlaşılmasına yönelik farkındalığı artırmak,
- Doğa eğitimlerinin etkin olarak başlatılması ve çocukların bu etkinliğe etkin olarak katılmasının teşvik edilmesine yönelik ev sahipliği yapmaktır.

Doğa Eğitim Merkezi alanı, daha önce Orman Genel Müdürlüğü'nün "Toplu Koruma Merkezi" alanı olarak kullanılmış. Daha sonra Proje kapsamında yapılan protokol çerçevesinde doğa eğitimi hizmeti vermek üzere DKMPGM'ne devredilmiştir. Merkezin bulunduğu alanda çalışmalar öncesinde 3 adet lojman binası bulunmaktadır. Bu binalar proje kapsamında tadilat yapılarak toplam 7 adet mahal oluşturulmuştur (Çevre ve Orman Bakanlığı, 2010: 14). Eğitim Merkezi eğitim salonları, konaklama üniteleri, dış mekân eğitim ve sportif aktivitelerin yapılabileceği, küçük çaplı bahçecilik aktivitelerinin de uygulanabileceği olanaklara ve alt yapıya sahiptir (www.trakyagezi.com).

### 2.2.2. DDEM Kapsama Alanına Giren Coğrafya

DDEM alanı olarak seçilen yer Yıldız (Istranca) Dağlarıdır. Bu dağlar Trakya'nın kuzey-doğu bölümünde Karadeniz'e kıyı sahile kadar (130.000Ha.) uzanmaktadır. Alanda, "Kasatura Körfezi Tabiatı Koruma Alanı" ve "Longoz Ormanları Milli Parkı" olmak üzere iki korunan alan bulunmaktadır. Alan; orman, kıyı, kumul, dağ, deniz, göl ve dere gibi farklı pek çok nadir ve hassas ekosistemi barındırmaktadır. Longoz ormanları dünyada örneğine az rastlanır bir ekosistem tipi olup, ekolojik yapısı ve büyüklüğü bakımından bölgenin çok önemli bir kaynak değerini oluşturmaktadır (Savaş, 2010: 4). İğneada'da Saka Gölü, Erikli Gölü ve Mert Gölü Longoz Ormanları olmak üzere 3 ayrı longoz bulunmaktadır.





Şekil 3: Dereköy Doğa Eğitim Merkezi Yeri

**Kaynak:** <http://yildizdaglari.cevreorman.gov.tr>, E.T: 10.01.2016.

Doğa Eğitim Merkezi; Kırklareli şehir merkezine 28 km, Bulgaristan sınırına 8 km mesafededir.

### 2.2.3. DDEM'de Yapılan Ekoturizm Faaliyetleri

Merkezde veya yakın çevresinde yerel üreticilere doğrudan gelir sağlamak için yöresel ürünlerin satılması ve bu faaliyet için köylerde mevcut olan yerel işgücünden de faydalanılması planlanmaktadır. Merkezde yöresel ürünler ile birlikte değerlendirilebilecek bir başka unsur da hediyelik eşya satışı ve sunumudur. Özellikle merkezi ve Yıldız Dağlarını simgeleyecek ve sembolize edecek ürünlerin sunumu hem merkez için bir kaynak yaratacak ve hem de merkeze gelenlerin yanlarında götürebilecekleri ve aynı zamanda alanı da tanıttacak imkânları ziyaretçilere sunabilecektir (Çevre ve Orman Bakanlığı, 2010: 7).

Istranca Dağları Kırklareli, Demirköy İlçesi, İğneada Beldesi, Kıyıköy, Sivrililer, Avcılar ve Limanköy köylerini içine almaktadır (Özyavuz, 2008: 56). Kıyı boyunca yer alan kasabalar (İğneada, Limanköy ve Kıyıköy) dinamik bir balıkçılık toplulukları olmalarına rağmen, aile pansiyonları, lokantalar, dinlenme-eğlenme kompleksleri, küçük oteller ve bir adet kamp alanı ile birlikte yaz turizmi açısından gelişmektedir (<http://yildizdaglari.cevreorman.gov.tr/>). Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023'e göre İğneada – Kıyıköy Ekoturizm kenti olarak öngörülmüştür.

## 3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmada doğa temelli turizm türlerinden ekoturizmin doğa bilinçli nesiller yetiştirmede önemini orta koymak amaçlanmaktadır. Türkiye'de 1970'li yıllarda nüfusun %70'i kırsalda ve %30'u kentlerde yaşarken günümüzde bu durum tam tersine dönmüştür. Dolayısıyla ülkemizde doğayı tanımadan yetişen nesiller ortaya çıkmaya başlamıştır. İnsan kimliğinin çoğunluğu çocukluk döneminde oluştuğu ve bu dönemde kazanılan bilincin kalıcı nitelikte olduğu (Çukur ve Özgüner, 2008:178) gerçeği göz önüne alındığında çocuklarda doğa bilinci oluşturmak için ekoturizm bir araç olarak kullanılabilir. Bu çalışma doğa bilinçli nesiller yetiştirme ile ekoturizmin ilişkilendirilmesi açısından önemlidir.

### 3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bir araştırmanın bilimsel olarak nitelendirilmesinin ön koşulu, araştırmanın amacına uygun yöntemin kullanılması ya da araştırma yöntemlerinin ilkeleri izlenerek bilgilerin üretilmesidir (Güven, 2006). Araştırmada en iyi sonuca ulaşabilmek için nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılmıştır. Araştırmada ilk olarak nitel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda 10 Eylül 2015 tarihinde Dereköy doğa eğitim merkezindeki eğitim programına katılan 24 öğrenci ile moderatör eşliğinde 1 saat 20 dakika odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmesinde yazılı ve video olarak kayıtlar

tutulmuştur. İkinci olarak, nicel yöntem kapsamında veriler ise 15 Mayıs ve 15 Eylül 2015 yaz mevsiminde bir haftalık (pazartesi-cuma) eğitim programlarına katılan 118 öğrenciye Doğa Eğitim Merkezi tarafından öğrencilere uygulanan standart anketler formları kullanılmıştır.

### 3.4. Araştırmanın Evreni Ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Kırklareli İli Dereköy Doğa Eğitim Merkezinde 2015 yaz döneminde 10 haftalık eğitim programına katılan 240 öğrenci, örneklemini ise; 5 haftalık programa katılan 120 öğrenci oluşturmaktadır. Bu çalışmada yüz yüze görüşme yöntemi ile yapılmış 118 anket geçerli olarak kabul edilmiştir. Ayrıca, 24 öğrenci ile odak grup görüşmesi yapılmıştır.

### 3.5. Verilerin Analizi

Araştırmada ilk olarak katılımcıların bilgi, deneyim, duygu, algı, düşünce ve tutumlarına dayanan bilgilerin ortaya çıkarılması amacı ile (Çokluk ve diğ., 2011: 98) odak grup görüşme tekniği uygulanmıştır. Odak grup görüşmelerinin çözümlenmesinde içerik analizi en uygun yöntemdir. Veri analizinde en iyi yol, kayıt sırasında ya da sonrasında çözümlenebilirken, belli başlıklar altında anahtar temaları belirlemektir (Kitzinger ve Farquhar, 1999: 201). Bu bilgiler ışığında odak grup görüşmesinde sesli ve görüntülü video olarak kayıt tutulmuş ve veriler içerik analizi yapılmıştır. İkinci olarak nicel araştırmaya yönelik tüm veriler için SPSS-22.00 paket programında frekans analizi yapılmıştır. Frekans analizi, her bir değişkenle ilgili olarak merkezi eğilimin ve deneklerin merkezi eğilime olan yakınlıklarını tespit etmek amacıyla kullanılır (Altunışık ve diğ., 2005: 314).

## 4. BULGULAR

### 4.1. Nitel Araştırmanın Bulguları

Araştırmacılar tarafından oluşturulan görüşme formu öğrencilerin doğa bilici kazanmalarına yönelik 14 sorudan oluşmaktadır. Bu sorulara öğrencilerin verdiği cevaplar aşağıdaki Tablo 1'de özetlenmektedir.

**Tablo 1: Odak Grup Görüşmesine İlişkin Bulgular**

Sorular	Öğrenci Görüşleri
Burayı sevdiniz mi?	Yeşilin her tonunun bulunduğu bu merkezi tüm öğrenciler çok beğenmiştir.
Burada en çok neyi seviyorsunuz?	Teknolojinin (cep telefonu, internet, tv..) olmaması.
Burayı daha önceden duydunuz mu? Bilgi kaynağınız ne veya kim?	Dereköy Doğa eğitim merkezinin ulaştığı ilköğretim okulu müdürleri aileleri ve öğrencileri bilgilendirmiştir.
Buraya kendiniz mi gelmek istediniz yoksa aileniz mi gönderdi?	Okul müdürlerinin bilgilendirdiği öğrenciler kendi isteği ile bu merkeze gelmiştir.
Buraya yine gelmek ister misiniz?	Çoğunluğu tekrar gelmek istemektedir.
Buradaki yiyecek-içecekleri sevdiniz mi?	Öğrenciler yedikleri yemekleri lezzetli ve sağlıklı bulmaktadır.
Rahat uyuyabiliyor musunuz? Değilse neden?	Doğal, sessiz, güvende hissettikleri eğitim merkezinde rahat uyumuştur.
Burada oyunlar oynuyor musunuz? Bunlar hangileri?	Her öğrenci merkezde adının baş harfi ile başlayan bitki (sarmaşık, meşe, çilek vb.) veya hayvan (tavşan, inek, arı vb.) ismi almaktadır. Basketbol, voleybol, tenis oynayıp resim yapmaktadır.
Burada nereleri gezdiniz?	Bulgaristan, Dupnisa Mağarası, Armağan

	Köyü, Istranca dağlarında doğa yürüyüşü, İğneada longozlarda kamp...
Piknik, kamp yapıyor musunuz?	İğneada Longozlarda kamp, Dupnisa mağarası gezisinde piknik yapmışlardır
Burada yöresel yemekleri tatma fırsatınız oldu mu?	Armağan köyü gezisinde ve merkezde yöresel yemekler tatmışlardır.
Burada neler öğrendiniz?	Doğayı, hayvan ve bitkileri tanıma, yerlere çöp atmama alışkanlığı, yatak yapma...
Burada bulunmanızın size katkısı neler oldu?	Dinlenme, doğayı tanıma, mutluluk, özgüven kazanma, kendini geliştirme...
Buradan memnun kaldınız mı?	Tamamına yakını çok memnun kalmışlar, arkadaşlarına tavsiye edecekler..

#### 4.2. Nicel Araştırma Bulguları

Bu bölümde, doğa eğitim merkezi programına katılan öğrencilerin demografik özellikleri ve eğitim programının çıktılarına yönelik algılamalarına ilişkin frekans dağılımlarına yer verilmiştir.

**Tablo 2: Öğrencilerin Demografik Özellikleri**

Cinsiyet	Sayı (n)	Yüzde	Geldiği Okul	Sayı (n)	Yüzde
Erkek	55	46,6	Ortaokul	96	81,4
Kadın	63	53,4	Lise	22	18,6
<b>Toplam</b>	<b>118</b>	<b>100,0</b>	<b>Toplam</b>	<b>118</b>	<b>100,0</b>
Yaşı	n	%	Geldiği Şehir	n	%
10-12 Yaş	47	39,8	Tekirdağ	96	81,4
13-15 Yaş	71	60,2	Kırklareli	22	18,6
<b>Toplam</b>	<b>118</b>	<b>100,0</b>	<b>Toplam</b>	<b>118</b>	<b>100,0</b>

Araştırmaya katılan öğrencilerin %53,4'ü erkek ve %46,6'sı kadınlardan oluşmaktadır. Öğrencilerin çoğunluğu (%60,2) 13-15 yaş aralığındadır. Yine öğrencilerin çoğunluğu (%81,4) ortaokulda eğitim almaktadır. Katılımcıların çoğunluğu (%81,4) doğa eğitim merkezine yakın olan (yaklaşık 100 km) Tekirdağ ilinden gelmiştir.

**Tablo 3: Öğrencilerin Doğa Eğitim Merkezi Algılamaları**

SORULAR	ÖRNEKLEM	
Daha önce yıldız dağlarına geldiniz mi?	Sayı (n)	Yüzde
Evet	9	7,6
Hayır	109	92,4
Yıldız dağları doğa eğitim merkezini beğendiniz mi?	n	%
Evet	118	100,0
Yıldız dağları doğa eğitim merkezine tekrar gelmek ister misiniz?	n	%
Kesinlikle	111	94,1
Belki	7	5,9
Yaptığınız etkinliklerin size katkısı olduğunu düşünüyor musunuz?	n	%
Evet	110	93,2
Hayır	1	,8
Biraz	7	5,9
En çok hangi etkinliği beğendiniz? Bunları sıralar mısınız?	n	%
Mağaraya yolculuklar	54	45,8
Burası Dereköy	16	13,6

Bizi (Türkiye-Bulgaristan) ayıran nehir	11	9,3
Biyolojik çeşitlikler sınır tanımaz	10	8,5
Nasıl bir yıldız dağları istiyoruz?	6	5,1
Su dünyası	5	4,2
Bir orman köyü keşfedelim	4	3,4
Doğa resmi yapalım	3	2,5
Benim adım kayın	2	1,7
Zıplayan hayvanlar	2	1,7
Ağaç dünyası	2	1,7
Kumullarda yaşam	2	1,7
Yaşamın resmi	1	,8
<b>Toplam</b>	<b>118</b>	<b>100,0</b>
<b>Yıldız dağları doğa eğitim merkezini beklentilerinizi karşıladı mı?</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Evet	107	90,7
Hayır	2	1,7
Biraz	9	7,6

Öğrenciler, Kırklareli ve Tekirdağ gibi yakın yerlerde ikametgâh etmelerine rağmen nerdeyse tamamı (%92,4) daha önce Yıldız Dağlarına hiç gelmemiştir. Tamamı (%100) Yıldız Dağları Doğa Eğitim Merkezini beğenmiştir. Bu da gençlere fırsatı verilse doğal hayatı tanıyacaklarını göstermektedir. Öğrencilerin tamamına yakını (%94,2) Yıldız dağları doğa eğitim merkezine tekrar gelmek istemektedir. Yine öğrencilerin çoğunluğu (%93,2) yapılan bu faaliyetlerinin doğa bilincine katkısının olduğunu belirtmiştir. En çok beğenilen etkinlikler arasında Mağaraya Yolculuk (%45,8), Burası Dereköy (%13,6), Bizi (Türkiye-Bulgaristan) Ayıran Nehir (%9,3) ve Biyolojik Çeşitlikler (%8,5) vardır. Yıldız dağları doğa eğitim merkezi öğrencilerin %90,7'sinin beklentilerini karşılarken, sadece %7,6'sının beklentin biraz altında kalmıştır.

**Tablo 4: Öğrencilerin Yeni Etkinlikler Ve Farklı Deneyimlere İlişkin Görüşleri**

<b>Tekrar gelme fırsatın olsa nasıl etkinlikler istersin?</b>	<b>Sayı (n)</b>	<b>Yüzde (%)</b>
Etkinlikler Yeterli	21	17,5
Doğa Yürüyüşü	15	12,7
Kamp	14	12,0
Yüzmek	13	11,0
Köy Gezisi	10	8,5
Tırmanma	4	3,5
Şehir Turu	4	3,5
Mağara, orientering, eğlence, tekne turu.	37	31,3
<b>Toplam</b>	<b>118</b>	<b>100,0</b>
<b>İlk defa gördüğün ve seni en çok etkileyen canlı hangisiydi?</b>	<b>n</b>	<b>%</b>
Yılan	65	22,5
Mağara	52	18,0
Karabatak	51	17,5
Yarasa	43	15,5
Kayın	14	4,5
Kumul Bitkileri	14	4,5
Ökseotu, Nehir, Göl, Kartal, Istranca Dağı	51	17,5
<b>Toplam</b>	<b>290</b>	<b>100,0</b>

Öğrencilere etkinlik olarak eksiklikler sorulduğunda %17,5'i etkinliklerin yeterli olduğunu, %12,7'si daha çok doğa yürüyüşü, %12,0'si daha fazla kamp, %11,0'i yüzmek ve %31,3'ü mağara, orientering, eğlence, tekne turu gibi etkinlikler istemiştir. Öğrencilerin ilk defa gördüğü ve etkilendiği şeyler; (%22,5) yılan, (%18,0) mağara, (%17,5) karabatak, (%17,5) ökseotu, nehir, göl, kartal, Istranca Dağı ve (%15,5) yarasadır.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dereköy Doğa Eğitim Merkezinde yapılan araştırma ve elde edilen bulgular çevre ve doğa ile ilgili eğitimlerin sınıflarda ve şehir mimarisi içerisinde değil doğada doğal ortamlarda verilmesi gerektiğini düşündürmektedir. Öğrencilerin doğal ortamda yaşayarak, gözlemleyerek, duyararak ve yaparak eğitim almaları ve öğrenmeleri bilginin kalıcı olmasını ve yaşadıkları çevreye fazlasıyla duyarlı olmalarını sağlamaktadır. Sağlıklı ve güvenli doğa eğitimlerinin aynı zamanda öğrenciler için sağlıklı yaşam ve boş zaman değerlendirmesi konularında da bilinçlenmelerine katkısı olmaktadır. Doğa eğitimi alan öğrenciler yaşadıkları çevre dışındaki doğal bir çevrenin varlığını gözlemlediklerinden dolayı kendilerine bırakılan çevrenin aynı güzellikte gelecek nesillere bırakılmasını düşüneceklerdir. Bugünün çocukları ve gençlerinin yarının işadamları, politikacıları, bürokratları, eğitimcileri olacaklarını düşündüğümüzde doğal ortamlarda verilecek doğa eğitimlerinin önemi daha da artmaktadır.

Çocuklara doğa eğitimlerinde çevrenin biyosfer yapısı, ekoloji ve ekosistemler, doğal denge, biyolojik çeşitlilikler, çevre kirliliği, insan ve doğa ilişkisi, doğaya uyum, çevre hakkı ve çevre hukuku, doğal afetler, sebepleri ve başa çıkılması, sürdürülebilirlik, ekoturizm ve türleri vs. konularda eğitimler verilmelidir. Eğitimler, eğitim konusunda uzman eğitimler tarafından verilmelidir. Eğitimler için devlet, üniversite, sivil toplum kuruluşları, gönüllü çevre örgütleri, özel işletmeler vb. işbirliği ve koordinasyon içerisinde çalışmalıdırlar. Eğitimcilerin çevre bilincine sahip kişilerden seçilmesi de önemlidir. Bilgi toplumu olabilmenin en önemli unsuru, kuşkusuz olarak eğitimidir. Doğadan, hayvanlardan korkan, hayvanlara ve bitkilere zarar veren, tiksinen ya da sevmeyen bir nesil yerine doğayla barışık bir neslin yetişmesi için doğa eğitimlerinin ve ilgili konuların her yaş için ayrı planlanması doğal ortamda eğitimlerin yapılması ve ders müfredatlarına konulması da düşünülmelidir. Çünkü bu eğitimlerin amacı, insanın doğaya bakışı, doğayla olan ilişkisini anlamaya yöneliktir ve insanların yaşam tarzı ile doğrudan ilgilidir. Bu yönde gerekli olabilecek tutum ve davranış değişiklikleri ise, ancak sistemli ve etkili bir eğitim desteği ile çabuklaştırılabilir ve gerçekleştirilebilir.

Dereköy Doğa Eğitim Merkezi'nde 24 öğrenci ile yapılan odak grup görüşmesi sonucunda; öğrenciler merkezi ve merkezin faaliyetlerini çok sevmişlerdir. Teknolojinin (internet, TV, cep telefonu) olmamasını avantaj olarak gören, Bulgaristan, Dupnisa Mağarası ve köy gezileri, doğa yürüyüşü, İğneada longozlarda kamp faaliyetlerinden memnun kalan ve tekrar bu merkeze gelmek isteyen öğrenciler olarak evlerine dönmüşlerdir. Bu sonuçlar genç nesillere fırsat verilirse teknoloji bağımlısı olamayacaklarını, doğanın kıymetini bilip doğayı seveceklerini ve doğaya gezilerle doğa bilinçlerinin artacağını göstermektedir.

Araştırmaya katılan (188 kişi) ve çoğunluğu 13-15 yaş aralığındaki öğrenciler (%94,2) Yıldız dağları doğa eğitim merkezine tekrar gelmek istemektedir. Yine öğrencilerin çoğunluğu (%93,2) yapılan bu faaliyetlerinin doğa bilincine katkısının olduğunu belirtmiştir. Mağaraya yolculuk (%45,8), burası Dereköy (%13,6), bizi (Türkiye-Bulgaristan) ayıran nehir (%9,3) ve biyolojik çeşitlilikler (%8,5) en çok beğenilen etkinlikler arasındadır. Yıldız dağları doğa eğitim merkezi öğrencilerin %90,7'sinin beklentilerini karşılamıştır. Öğrencilerin ilk defa gördüğü ve etkilendiği yılan, mağara, karabatak, Ökseotu, Nehir, Göl, Kartal, Istranca Dağı ve yarasadır. Anket sonuçları da, genç neslin doğayı tanımadığını ve doğa bilincinin gelişmesi için bizzat doğada yapılan eğitimin önemli olduğunu göstermektedir.

Odak grup görüşme sırasında ve sonrasında Dereköy doğa eğitim merkezi eğitmeni ve Kırklareli Orman ve Su İşleri Doğa Koruma yetkilisi ile görüşmeden şu sonuçlar elde edilmiştir:

- Öğrencilere merkezde ekosistem eğitimi, eğlence, sessiz sinema, hayvan ve bitki isimleri öğrenme, Armağan Köyü ziyareti gibi faaliyetler yapıldığı,
- Sağlıklı yiyecekler konusunda eğitimler verildiği,
- Çevreye çöp atmama alışkanlığı kazandırıldığı,
- Doğa eğitim merkezi tarafından bilgi verilen okullar müdürleri aile-okul işbirliğiyle öğrencileri bu merkeze gönderdiği tespit edilmiştir.
- 15 Mayıs-01 Ağustos 2015 tarihleri arasındaki eğitim programlarının Trakya Kalkınma Ajansı, 01 Ağustos-15 Eylül 2015 tarihleri arasındaki eğitim programlarının da Kırklareli İl Özel İdare tarafından finanse edilmiştir.
- Projenin mali sürdürülebilirliği sorunların başında gelmektedir.

Nispeten korunmuş doğal alanlara yapılan ve çevreyi koruma yönüyle sorumlu seyahatler olan ekoturizm, özellikle kentsel alanlardaki genç nesillere doğa bilinci oluşturmak için bir araç olarak kullanılabilir. Doğa okulları yaygınlaştırılarak geniş kitlelere ulaşılabilir. Bu çalışma Kırklareli/Dereköy Doğa Eğitim Merkezi'ne 15 Mayıs ve 15 Eylül 2015 yaz mevsiminde bir haftalık (pazartesi-cuma) eğitim programlarına katılan 118 öğrenci ile sınırlıdır. Diğer doğa eğitim merkezi veya doğa okulları ile daha geniş tutulmuş bir araştırma bu konuda daha fazla bilgi sağlayabilir.

## 5. KAYNAKLAR

- Altunışık, R; Coşkun, R; Bayraktaroğlu, S. Ve Yıldırım, E. (2005). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*, 4. Baskı, Sakarya Yayıncılık., Sakarya.
- Çevre ve Orman Bakanlığı (2010). Doğa eğitim merkezi işletme planı, [Çevrim-içi: [http://yildizdaglari.cevreorman.gov.tr/medialibrary/2010/09/business\\_plan](http://yildizdaglari.cevreorman.gov.tr/medialibrary/2010/09/business_plan)], Erişim tarihi: 25.11.2015.
- Çiçek, A. (Eds). (2012). *Ekoloji ve turizm*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çokluk, Ö.; Yılmaz, K., ve Oğuz, E. (2011). Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi, *Kuramsal Eğitimbilim*, 4 (1), 95-107.
- Çukur, D. Ve Özgüner, H. (2008). Kentsel alanda çocuklara doğa bilinci kazandırmada oyun mekânı tasarımının rolü, *SDÜ Orman Fakültesi Dergisi, Seri: A, 2*, 177-187.
- David, A. F. ve Jean-Pierre, C. (2003). *Ecotourism*, New York, ABD: Rutledge Taylor and Francis Group Inc.
- Gümüş, E. (1998). *Türkiye coğrafyası*, içinde “ Türkiye'nin nüfusu”, Yay.No.1069, Eskişehir:Anad.Üniv. Yayınları.
- Güven, S. (2006). *Toplumbiliminde araştırma yöntemleri*, İstanbul: Ezgi Kitabevi,
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2004). *Turizm ve çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kırklareli İl Özel İdaresi (2013). Kırklareli, *Kırklareli İl Özel İdaresi Dergisi, 1*, 1-68.
- Kitzinger, J. ve Farquhar, C. (1999). The methodology of focus groups: the importance of interaction between research participants, *Sociology of Health and Illness*, 16 (1), 103–121.
- Kuter, N. ve Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik kapsamında ekoturizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri, *Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi, 2 (9)*, 146–156.
- Özyavuz, M. (2008). Yıldız dağları'nın iğneada – demirköy arasında yer alan bölümünün biyosfer rezervi olarak planlanması, *Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi*.
- Sara, D. ve Friedrich L. (2006). *Selective marketing for environmentally sustainable tourism*, München- Germany: Arikel Press.
- Savaş, Ü. (2010). Fao wagggs ödülü çalışmaları, [Çevrim-içi: <http://docplayer.biz.tr/8243387-Ankaraizcihaber-fao-wagggs-odulu-calismalari-aih1132>], Erişim tarihi: 25.11.2015.
- Trakya Kalkınma Ajansı. (2042), Dereköy doğa eğitim merkezi projesi, <http://www.trakyaka.org.tr>, Erişim tarihi: 1.11.2015.
- Wearing, S. ve Neil, J. (1999). *EKOTOURISM impact, potentials and possibilities*, London-UK: Butterworth-Heinemann.
- Yakar, M. (2012). 21. yüzyılın ilk çeyreğinde türkiye nüfusunda ne değişti? *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,5 (21)*, 383-402.
- <http://www.trakyaagezi.com/dosya/81-doga/301-yildiz-daglari-doga-egitim-merkezi.html>, Erişim tarihi: 15.11.2015.
- <http://yildizdaglari.cevreorman.gov.tr/tr/doga-egitim-merkezi>, Erişim tarihi: 15.11.2015.
- <http://yildizdaglari.cevreorman.gov.tr/tr/doga-egitim-merkezi/ulasim/> Erişim tarihi: 15.01.2016.
- [http://yildizdaglari.cevreorman.gov.tr/medialibrary/2010/08/TR-06-02-16-\\_Yildiz\\_Proje\\_Fis\\_TR](http://yildizdaglari.cevreorman.gov.tr/medialibrary/2010/08/TR-06-02-16-_Yildiz_Proje_Fis_TR), Erişim tarihi: 01.12.2015.





## SPORTİF OLTA BALIKÇILIĞININ ALTERNATİF TURİZM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

### EVALUATION OF SPORT FISHING WITHIN THE CONTEXT OF ALTERNATIVE TOURISM

Fusun İSTANBULLU DİNÇER\*, Ozan ATSIZ\*\*, Onur Cüneyt KAHRAMAN\*\*\*, İbrahim ÇİFÇİ\*\*\*\*

**ÖZET:** Su kaynaklarının bulunduğu destinasyonlarda rafting, kano, balıkçılık vb. rekreasyonel aktivitelerin yoğun olması turizm için önemli bir potansiyel kaynaktır. Bu potansiyelin hem yerel halk için istihdam kaynağı olarak görülebileceği, hem de sürdürülebilir yaşam alanı için uygun bir gelişim sağlayabileceği düşünülebilir. Alternatif turizm türlerinden biri olan sportif olta balıkçılığı ise, sürdürülebilir yatırımlara fırsat tanıyabileceği gibi önemli bir gelir kaynağıdır. Bu araştırmanın amacı Türkiye’de gerçekleştirilen sportif olta balıkçılığını turizm açısından değerlendirerek, bu turizm türünün güçlü ve zayıf yönleri ile fırsat ve tehditlerinin ortaya konulmasıdır. Bu amaç doğrultusunda birincil veri kaynağına ulaşabilmek amacıyla literatürdeki bilgiler ışığında yarı yapılandırılmış ve yapılandırılmamış sorular oluşturulmuştur. Konu ile ilgili olan bir federasyon ve beş derneğin yetkilileri ve sporcuları ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonucunda, sportif olta balıkçılığının bir turizm türü haline gelebilmesi için alt ve üst yapı yatırımlarının yapılması, sertifikasyonun bir eğitim ve sınav sonrasında verilmesi, ilgili kanun ve yönetmeliklerin denetim faaliyetleri ile desteklenmesi gerektiği gibi birçok bulguya ulaşılmıştır. Ayrıca, su ürünleri ile ilgili sürdürülebilirliğin sağlanması açısından Su Bakanlığı gibi bir bakanlığın Türkiye’de gerekli olabileceği öngörülmüştür.

**Anahtar sözcükler:** Alternatif turizm, sportif olta balıkçılığı, SWOT

**ABSTRACT:** In destinations where water resources exist, intensity of many recreational activities like rafting, canoeing, and fishing constitutes a potentially powerful resource for tourism. This potential might be considered as employment opportunities for local residents and can provide proper improvement for sustainable life style. As a form of alternative tourism, sport fishing can provide sustainable investment opportunities for the local people and can also be a great income source for them. The purpose of this research is to examine sport fishing in Turkey in the context of tourism and to identify the strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) of this tourism type. Within the scope of this study semi-structured and unstructured interview questions were developed in light of literature and interviews were conducted with a federation official, five associations’ officials and its sportsmen. The results suggest that, infrastructure and superstructure investments should be undertaken by government and sports fishing certificate must be obtained after a substantial training program and examination. More essentially, the related laws and regulations should be supported with supervisions activities. Beside all, to ensure a sustainable aquaculture resources in Turkey “ministry of aquaculture” should be regarded necessary.

**Keywords:** Alternative tourism, sport fishing, SWOT

\* Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, İstanbul, İstanbul@istanbul.edu.tr

\*\* Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, ozan.atsiz@istanbul.edu.tr

\*\*\* Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, onur.kahraman@istanbul.edu.tr

\*\*\*\* Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, İstanbul, ibrahim.cifci@istanbul.edu.tr

## 1. INTRODUCTION

The abundance of recreational activities in the destinations that have rich water resources like sea, lake and river always creates a great potential for tourism industry. It can be said that especially in the destinations with rich water resources, alternative tourism types are developing more rapidly (Shrestha, Seidl, & Moraes, 2002; Zengin, 2013 Turgut & Ardahan, 2013). Sports fishing that is a kind of activity done in water resources could be considered within tourism activities. To maximize the investments on tourism destinations, giving priority for potential investments in alternative tourism types like sports fishing could be considered necessary (Porter, Orams, & Lück, 2015, s. 169).

Generally recreational fishing is defined as a kind of fishing for fun, competition and feeding. On the other hand, Pawsona, Glennb and Paddaa (2008, p. 341), argue that the most common hunting technique among recreational fishing is the one with fishing rod. In this regard, sport fishing which can be considered as a recreational fishing activity in which hunting with rod is common can be defined as; “non-commercial and compatible with nature sportive fishing activity in the rivers and lakes for enjoyment.” (Ministry of Culture and Tourism, 2015). In addition, recreational fishing can be defined as; “fishing which is not deemed to be commercial fishing and done with line” (European Anglers Alliance, 2004).

There is a confusion in the literature about which tourism type the sports fishing can be considered in. In the literature sports fishing is evaluated as; marine tourism (Kiper & Yılmaz, 2008, p. 166), hunting tourism (Duran, 2012, p. 50; Kuter, 2007, p. 74), eco-tourism (Sezen, Yılmaz, & Akpınar Külekçi, 2011, p. 56), wildlife tourism (Higginbottom, 2004, p. 2), sports tourism and recreational tourism (Gökçek & Dursun, 2012, p. 68). It can be obviously seen that all these types of tourism could be considered as alternative tourism types (Akpınar & Bulut, 2010; Kılıç & Kurnaz, 2010; Kömürcü, 2013, p. 19). In this study, sport fishing is evaluated as an alternative type of tourism.

There is no clear data about the number of sportive fishermen. Though, it is predicted that there are 225 million recreational fishermen or anglers in the world. This number is almost twice as the number of commercial fishermen. Also, the annual expenditure for recreational fishing is approximately 190 billion \$ and the value of the equipment demanded is approximately \$15,66 billion (The World Bank, 2012, p. 38). According to European Anglers Alliance (2004) there are 25 million recreational fishermen in Europe and it was estimated that 25 billion Euro are expended on recreational fishing. Also, European Anglers Alliance (2015) stressed that recreational fishing is supporting approximately 437 thousand job fields. There are approximately 100 thousand recreational fishermen in Turkey. It can be suggested that this number constitutes a very small part of the 25 million recreational fishermen (Sönmez, 2015).

It is quite clear that Turkey has a great deal of sports fishing area when we look into the data released by the Ministry of Culture and Tourism. According to data collected from the websites of Provincial Directorate of Culture, there are about 180 places suitable to be used as sports fishing area in 46 provinces (collected from Provincial Directorate of Culture websites, 2015). However, there is not any clear information about utilization of potential sports fishing area of Turkey. Sports fishing is becoming increasingly common as an alternative tourism type, however there is not any extensive research about how to assess the potential of sports fishing in Turkey, a country that enjoys of numerous water resources and is surrounded by seas from its three sides. The aim of this research is to examine the current situation of the sports fishing as an alternative tourism activity in Turkey by using the SWOT analysis method.

## 2. LITERATURE REVIEW

Recreational fishing is defined as a type of activity that people who likes spending money and attending for fun rather than earning money. In addition, there are various benefits like exercising and victualing. On the other hand, commercial or subsistence fishing is regarded as a job and even this job sometimes gives pleasure that is not its main aim (Higginbottom, 2004, p. 1-2). When comparing with commercial or subsistence fishing the motivations of the people who do recreational fishing differ from the ones of people do another fishing type. Personal objectives, incentives divide fishing to different types. Recreational fishers have many objectives for fishing, however, the main aim is not maintaining the life or meeting the essential nutritional requirement (FAO, 2012, p. 2).

Sports fishing as a type of recreational fishing has become a branch of a major industry. Also clubs, associations and federations are established for this type of tourism in the world (Gökçek & Dursun, 2012, p. 68). The unfair competition and the illegal applications which is not relevant to the precautions for technical prevention in the commercial fishing affect fish stocks and sustainability negatively (European Anglers Alliance 2004). For this reason, it can be argued that sports fishing which occurs within the principles of sustainability is an important tourism activity.

In most countries, the scope of sports fishing is limited within the certain laws, regulations, manifests and rules related to this sport as stated in the definitions. As stated in regulation of water products by Republic of Turkey Ministry of Food, Agriculture and Livestock, sports fishing is defined as; "Hunting of water products as an amateur sport activity with non-commercial purposes." Also, it is stated that; "Except long liner, all kinds of longline, scuttle, spoon-drill, fishing line can be used and casting nets and landing nets can be used up to 5 kg in places and times that are not forbidden (T.C. Resmi Gazete, 2015a)." In addition to this, it is stated in the Law of Water Products no. T.C. 1380 (T.C. Resmi Gazete, 2015b); "It is not an obligation to have a license for Turks and foreigners to procure water products with small vehicles and with the purpose of sports non-commercially in not forbidden places." In addition, it was stressed by The Communique of Amateur Water Products Hunting, the license of amateur fishing tourism can be taken from provincial directorate and the license period is 2 years (T.C. Resmi Gazete, 2015c).

In addition, according to the Communique no. 3/2 regulating, "*Amateur Hunting of Water Products, Natural and legal people who will attend amateur fishing tourism activity and have to pay taxes are given the Permission for Amateur Fishing Tourism by provincial directorate for 2 years. The people who have this document are responsible for the amateur fishers whom they have hunt in terms of their hunting based on the rules stated in this Communique. The permission document is taken back from the people who hunts in defiance of the rules in the Communique and who don't take the precautions hindering this kind of hunting and it is cancelled. These people can't take a new permission document for 2 years* (T.C. Resmi Gazete, 2015c)".'

Although sports fishing is a popular leisure activity in most countries, the research on sports fishing in tourism and leisure fields is still maturing. With the increase in the traveling opportunities, fishing tourism has become an important cultural activity and an industry. Especially the countries like USA, Canada, Cuba, Chili, France, Spain, UK, Slovenia, and Russia have organized many package tours and developed products for recreational fishing (Mordue, 2009, p. 529). Commercial and subsistence fishing and recreational fishing within the competition for fish resources provide different employment resources for local people. Thanks to the high value given to recreational fishing, the management of the activities related to the eco-tourism experiences and the capture-release technique linked with the recreational fishing industry helps local people benefit more from the management of rich natural resources (Shrestha, Seidl, & Moraes, 2002, p. 298).

In sustainable sportive hand-line fishing, legal restrictions such as seasonal restraints, size and weight limit of the fishes are very important for preservation and sustainability of fish stocks. Also the existence of these restrictions is regarded necessary to apply the “Catch-Release” technique that helps to protect the nature and the existence of the sanction against the people damaging the fauna. In order to reach the desired value of sport fishing in Turkey, the “catch and release” technique should be adopted to prevent overfishing and the sustainability of fish population (Bodrum Fishing, 2015). The fact that Turkey's geography has a high and mountainous mass has caused to settlement of numerous river basins. Numerous rivers, lakes and pond edges in high mountainous areas provide significant potential for sport fishing. (Duran, 2012, p. 50). Gökçek and Dursun, (2012, p. 68) indicated that people who perform this tourism activity concentrate especially on salmon, trout and carp species to catch and release. In his study Kalaç (2009) argues that, in order to ensure the protection of trout species which are rare in the world but various in Turkey, the techniques of catch and release like Fly fishing should be developed. The study on characteristics of amateur recreational fishery conducted by Ünal, Acarlı and Gordo, (2010) stresses that those fishers who have a fishing licence have more knowledge than ones who do not have. Therefore, the lack of compulsory licensing of recreational fishing is regarded as a shortcoming. In their study conducted in Foça and Gökova regions, Tunca, Ünal and Miran (2013) emphasize that besides the individual amateur fishing activities, the demand for tour boats is high, which can create a high economic activity. Moreover, Ünal, Acarlı ve Gordo, (2010) state in their study on the amateur marine fishing that the policies on recreational fishing in Turkey are not sufficient for sustainable recreational fishing activities. In addition to this, they indicate that in the coastal communities in the Mediterranean countries, marine recreational fishing has a long-standing background but the knowledge of this activity is smattering.

### 3. RESEARCH METHODOLOGY

The main objective of this paper is to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the existing potential of sports fishing in order to increase the efficiency of this potential tourism activity and its strategic importance.

The lack of extensive research on this area reveals the uniqueness of this research. Qualitative research method strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis which has been tested for reliability in case studies was used to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats (Dealtry, 1992; Balamuralikrishna & Dugger, 1995; Hill & Westbrook, 1997; Kotler & Armstrong, 2011). The SWOT analysis method is an analytic technique used for evaluating the internal and external environment of an organization. The positive and negative results of organizational and environmental factors are revealed with this evaluation (Cebecioğlu, 2006). Also it is defined as a method of analysis that analyses the situation of any non-governmental organization in a given time by Biricik and others (2003). In addition, this method is regarded as an important technique of analyses for detecting and correcting existing faults by evaluating alternative tourism types in a destination (Yeşiltaş, Çeken, & Öztürk, 2009). As a result of this analysis it is aimed to evaluate environmental and individual factors as a whole (Johnson & Scholes, 1993).

The purpose of using SWOT analysis in this study primarily is to examine the strengths and weaknesses of the existing potential of sport angling within the scope of alternative tourism by taking into account the opinions of experts in this field. This technique helps investigating how to use the strengths in case of future opportunities and threats to the investments made in sport angling and how to minimize the weaknesses. In order to achieve the goals of the study, Turkey was chosen as the research context. Therefore, the universe of the study is constituted by experts in sport angling fisheries in Turkey. The snowball sampling method was used in this study and interview method was conducted for the data collecting. In this context, the

association of amateur and sports fishing in Istanbul (ISOBDER) has been reached through the Amateur and Sports Fishing Federation (ASOFED) manager. After the deep interview with the ISOBDER manager, upon invitation two of the researchers participated as an observer to the 9th International Carp Game Competition which had been organized by Kocaeli Amateur Angling Fishermen and Natural Life Protection Association (KAMADER) with Kartepe Municipality and Sapanca Municipality all together in Sapanca Lake on 4-8 November 2015. All interviews were conducted with ASOFED federation, the managers and sportsmen of ISOBDER, Sakarya Amateur Angling Fisherman's Association (SAMADER), KAMADER, Eskişehir Sportive Amateur Fishing and Natural Life Protection Association. (ESABDER), Nature and Environment Friendly Amateur Fisherman's Association (OLTACILARDER) associations that participated in the competition. All interviews were digitally recorded with the participants' consent and subsequently transcribed verbatim right after each interview and observations. Each interview was lasted about one hour and conducted in Turkish language. After the interviews were transcribed, they were printed and the formal analysis process conducted in Turkish language and then the analysed interviews were translated to English in order to present and strengthen the results. However, there were no translation issues as the all of the researchers are fluent in the two languages (Turkish and English).

In the study, the data were analyzed phenomenologically by descriptive analysis technique. Descriptive analysis provide convenience to researces since interviews and observations can be organized and interpreted to be presented to the reader, the data can be classified according to the previously determined themes, summarized and can be simply interpreted easily. In addition, descriptive analysis is appropriate for this research due to the fact that the causal relationship between findings can be compared between cases (Yıldırım & Şimşek, 2008, p. 224).

#### 4. FINDINGS

In this section, findings related with sport fishing will be presented within the scope of SWOT analysis. All findings are shown in Table 1.

**Table 1. SWOT Analysis**

<b>Strength</b>	<b>Weakness</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• The people who are engaged in this sport wish to contribute to the protection of nature at the same time,</li> <li>• The people who make this sport are composed of the upper income group and willing to spend money,</li> <li>• The positive view of associations and federations towards the academic works,</li> <li>• Based on the sportsmanship, associations have features for amateurism and natural regeneration,</li> <li>• The great number people who have the potential to participate in sportive angling in the world,</li> <li>• Keeping the number of ecologically harmful fish population under control,</li> <li>• Sharing views on the subjects between</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Due to the lack of investment in infrastructure and superstructure, this sport cannot be made in a safe area,</li> <li>• The lack of appropriate platforms for sportive angling around the hunting grounds,</li> <li>• The lack of the protection, safety and control of the hunting grounds,</li> <li>• The lack of health services in some organizations,</li> <li>• Inadequate promotion of the region,</li> <li>• The late start of the works related to associations and federations and their slow improvement in Turkey,</li> <li>• Not cleaning floors of ponds or water resources,</li> <li>• The fact that today's fishing materials are not made in a good quality by a Turkish company,</li> </ul>

<p>participants and the local people and the cultural interaction between them on this count,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Not only angling, participating in activities such as afforestation for the protection of the nature and contributing to the sustainable nature,</li> <li>• Being aware of the danger that travel agencies may misuse this activity, and that the amateur spirit can be harmed for this reason,</li> <li>• Athletes and members of the association have a hard grip for the foreground of only the material side of the sporting angling,</li> <li>• The people who make this sport love the nature so much that they can argue with other people at the expense of protecting nature and animals,</li> <li>• The fact that Turkey is seen as a sports angling tourism destination in the eyes of tourists,</li> <li>• The abundance of fish species such as trout and carp which are indigenous to Turkey, makes the country attractive for this activity,</li> <li>• The awareness of importance the catch-release and fly fishery patterns in terms of sustainability of aquaculture,</li> <li>• Keeping statistics of captured fish,</li> <li>• lunching of TV programs through the local media for introductory purpose,</li> <li>• Being provided some needs of athletes (camping needs) coming to the region by local people and local businesses,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The lack of suitable areas for camping and the services required for camping like water, electricity, toilet, etc.,</li> <li>• The material used for sport fishing is imported and that causes the leakage,</li> <li>• The weakness of the training activities related to sportive angling,</li> <li>• The fact that the number of athletes engaged in sport fishing is not fully known,</li> <li>• The absence of a special ministry like the Ministry of Water in our country,</li> <li>• Turkey's lack of a sustainable hunting project,</li> <li>• Lack of tours of tour operators and travel agencies on this issue,</li> <li>• The fact that the Ministry of Tourism and the local governments do not emphasize the issue and the lack of adequate advertising and promotion,</li> <li>• The fact that the fishery products sold in Turkey are very expensive compared to abroad,</li> <li>• The fact that the laws and published communiques are weak and the workshops are insufficient,</li> <li>• The local people's inadequacy of information about the legislation and laws to protect the aquatic products,</li> </ul>
<p><b>Opportunity</b></p>	<p><b>Threat</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• The potential of hunting dealer to import the desired material,</li> <li>• The identification of new destinations for hunting and the initiation of promotional activities by associations,</li> <li>• A warm welcome to investment opportunities for this sport activity,</li> <li>• The fact that the number of associations founded for the sake of the sustainability and the development of this sports activity has increased in recent years,</li> <li>• The increasing recognition of the</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The fact that there is no data about which fish foods are used to make sport fishing and that may carry a risk for the fish health,</li> <li>• The fact that illegal hunting practices are effective in reducing fish species and populations,</li> <li>• When the sport fishing line is made massively and unconsciously, it causes environmental pollution,</li> <li>• Hunting without paying attention to the seasonal features and by ignoring upper limits of fishing,</li> </ul>

<p>importance of sport angling in various media and its contributions to the promotion,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The works on some destinations by associations, provides the country with new hunting grounds,</li> <li>• As the next stage of federation, associations wish to establish a confederation,</li> <li>• Increase in foreign currency exchange rate in the country resulting from the expenditures of incoming foreign tourists,</li> <li>• Active use of Internet (especially social media) gives rise to promotion of this sport faster,</li> <li>• Having overcome the difficulties in getting the material of good quality and some firms being able to get sport materials creates new bazaars.</li> <li>• The existence of local producers who can produce the materials to be used</li> <li>• The fact that increased work with associations and federations is creating a consciousness for this sport,</li> <li>• By creating leagues between sportive anglers from different countries, the aim of contributing to the promotion of the country in the international competitions,</li> <li>• The organization of trips for university students with the purpose of training and promotion of sport angling,</li> <li>• The association managers' being aware that only the financial side of the investments will be harmful to the country,</li> <li>• It creates opportunities to meet new people,</li> <li>• It creates opportunities to see new places,</li> <li>• The possibility of providing employment to local people,</li> <li>• The positive aspects of the local people towards these kind of activities, due to the fact that local people materially benefit from this sport,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• The amateur fisherman certification can only be obtained by the application rather than after specific training,</li> <li>• The lack of full implementation and supervision of existing laws relating to the sustainability of water and aquaculture,</li> <li>• The problem of sustainability in existing hunting ground,</li> <li>• The absence of catch-and-drop fishery and the application of false fishing techniques (Parachute Fishing Net, etc.)</li> <li>• The fact that only the material orientation of the investments to be made is a danger to the sustainability of this sport,</li> <li>• The fact that the local people can damage the fish population due to unconsciousness,</li> </ul>
---	--

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• The fact that some athletes from abroad are communicating with associations and federations in order to realize this activity in Turkey,</li> </ul> |  |
|--|--|

**Strengths:** The fact that sportive anglers have a large number of members in the world and Turkey has a lot of resources for this sport contribute to the tourism activities in Turkey. Especially the abundance of natural hunting and wild fish species (such as carp and trout) shows Turkey's strength towards this activity. The number of competitions are increasing steadily by accelerating the process of association and federation related to this activity. Participation of foreign tourists in activities in Turkey contributes to the announcement of this sport as a tourism activity. Turkey's being a tourism destination gives opportunities for the development of this alternative tourism trend. Tourists who perform this sport usually belong to the high income group, which is an indication that the economic turnover of tourism is likely to be high. This is a strength case for attracting travel agencies. At the same time, tourists performing this sport can contribute to sustainable tourism by having motivations for the protection of nature and wildlife. The fact that tourists who perform this sport materially base on sportsmanship and amateur spirit, take the ecologically harmful fishes under control and use catch-release and fly fishing techniques are powerful situations to maintain ecological balance. Sharing the information between local people and sportsmen/tourists and also among themselves contributes to the development of this activity. In addition, some associations' support towards this activity-oriented training program constitutes another powerful side.

**Weaknesses:** The inadequacy of upper structure and substructure in areas where sportive angling activity is performed constitutes many weak points of this tourism activity. Some of these weaknesses are due to the inefficiency of camp facilities, inadequate health services, the difficulty of implementing a sustainable hunting project, and the lack of underwater floor cleaning work. Lack of training related to sport angling and the fact that it is not obligatory to take an angling license negatively affect the sustainability of nature and wildlife. In addition, lack of supervision, lack of protection, the inadequacy of laws, communiques and regulations, and lack of ministry of water directly related to this sport can be seen as an important weakness. The fact that materials are imported economically from abroad and that they are expensive adversely affect sportsmen and this tourism type. Moreover, the lack of publicity of the local administrations and the Ministry of Culture and Tourism negatively affects spreading of this sport to large masses. Lack of information of local people about the legislation and laws to protect their aquatic products and lack of knowledge of the number of sportsmen engaged in sport fishing can be seen as other weaknesses.

**Opportunities:** Thanks to the rapid increase in the number of associations related to this type of tourism, the discovery of new hunting areas can be considered a great opportunity. The beginning of the consciousness movement with associations, the active use of the internet (especially social media) and the introduction of the agenda in various media organs give an opportunity to the promotion of this tourism type. From an economic point of view, foreign exchange brought by foreign tourists, providing employment to the local people and the existence of the producers of materials to be produced in Turkey create an important opportunity. At the same time, the fact that the local people have a positive view on this tourism type gives an opportunity for developing this tourism type and increasing investments. The sportsmen are getting the chance to meet new people and see new places thanks to this sport. Above all, associations and sportsmen licensed by federation are aware that considering of this sport only from material aspect will just harm the country. This awareness creates a great opportunity in terms of sustainability of this sport. The educational tours by the associations regarding this sports activity make it possible to promote this sport. The establishment of



confederations which is the next stage of federation and the formation of sports angling leagues are thought to contribute to the promotion of Turkey.

**Threats:** The fact that seasonal features are not paid attention in fishing, the amateur fishing certificate is only provided by application, and the only financial considerations of investments pose a threat to the sustainability of sport angling. Especially, education about sports fishing must be given by government authorities such as courses which is directed by regional municipalities. Moreover, the corporation between these associations and universities should be ensured to support scientific researches in multi-disciplinary academic field. In addition, the absence of supervision and legislation, the prevalence of illegal hunting, the unconsciousness among the local population, and the lack of any work on fish foods negatively affect the fish population. It is thought that those who perform this sport unconsciously and in mass can harm the natural environment. Illegal and unconscious fishing may cause extinction of indigenous fish species and carp and trout species are already is on the verge of extinction in Turkey. In addition to this the places where sportsmen are fishing can pose a danger.

#### 4. DISCUSSION AND CONCLUSION

Considering the resources that Turkey enjoys, recreational fishing seems to be a promising alternative tourism product. Considering that the data collected through the SWOT analysis method in this study are examined, it can be stated that important guiding data have been reached about how this potential possessed can be directed. When the research findings are examined, it is seen that the strengths of sport angling are a lot. Especially as Duran (2012) stated, many rivers, lakes and pond edges in high mountainous areas in Turkey are important resources of supply for sport angling. Associations, federations and sportsmen dealing with sport fishing angling do not perform this sport with economic purposes and they attend the activities passing nature-friendly and possessed nature to future generations. This situation is in fact an important asset in order to maintain a sustainable sustainability of this tourism tradition. On the other hand, the fact that the individuals who make this sport are from the upper income group, their motivation is strong, and this sport possesses a tourism potential which is suitable for investment show the importance of its contribution to the economy. Tunca, Unal and Miran (2013) emphasize the fact that the demand for amateur fishing tours is very high and this can create a high level of economic activity. From this point of view, travel agencies may be able to create some private tour programs in line with sustainable principles for sport fishing angling tourism with some special boats. This is similar to the study conducted by Kalac (2009). Kalac (2009) suggests the development of catch-release tourism activities like Fly fishing technique in terms of sustainable principles. In line with the sustainable principles, the contribution of travel agencies to the development of catch and release or fly fishery in accordance with the carrying capacity demonstrates the contribution of tourism to nature.

When the weaknesses of sport fishing angling are analysed, it is seen that the lack of laws and regulations and lack of inspection and especially the Ministry of Water are the main weaknesses of Turkey. Furthermore, in Turkey, in the definition given in the regulation of aquaculture of the Ministry of Agriculture and Rural Affairs: the clauses "*Fishery hunting*" and "*5 kg*" appear to be incompatible with sport fishing angling. The reason for this is that a hunting technique is not used in sport fishing, but catch and release technique is applied and caught and released fishes are generally over 5 kg. All these situations lead to think that the definitions in the communique are insufficient. Unal, Acarlı and Gordo (2010) similarly point out that policies on recreational fisheries in Turkey are not sufficient for sustainable recreational fishing activities. They also suggest that the coastal communities in the Mediterranean countries have a long-established history of marine recreational fishery, but their knowledge of this activity is rather weak. Tourism is thought to be a phenomenon contributing to the sharing of information and enhancing the interaction between different societies. Therefore, it can be claimed that the contribution of sportive angling fishery tourism to both sportsmen and society is important.

Above all, the inability to produce sportive angling equipment in the country in high quality, the reluctance of the local governments about this activity and the lack of publicity have been analysed as weaknesses that can prevent the sport with this alternative tourism potential from developing in Turkey.

When analysing the opportunity-creating aspects of sport fishing angling, increasing awareness about the issue through association and federation activities in Turkey in recent years can be considered as an opportunity. The fact that foreign sportsmen communicate with the associations in Turkey, associations discover new hunting areas and most importantly they share their knowledge about fishing create opportunity for development of this alternative tourism model in Turkey. Besides, the use of Internet/social media contribute to the promotion of sportive angling fishery. Shrestha, Seidl, and Moraes (2002, p. 298) state in their study that catch and release techniques and eco-tourism management help local people gain more benefits from the management of rich natural resources. Similarly, in this study, sport angling tourism which is including catch and release and fly fishing, is an opportunity for local public employment.

Finally, the threatening aspects for this alternative tourism have been analysed. It can be said that there are wrong practices such as hunting without paying attention to seasonal characteristics and to the limits of catching fish. In addition, fishing activities in the destination without being suitable for carrying capacity are among the threatening elements for fish species. Unfortunately, it is always the risk that tourists taking part in tourism activities may smuggle some endemic fish species to their country. Above all, the absence of certification after a training related to sportive angling can be considered as a lack of application in Turkey. Unal, Acarlı and Gordo (2010) state that individuals with license rights have more information about fishing than those who do not have a license. Therefore, the lack of compulsory licensing for amateur angling is a shortcoming. Similarly, in this study, the lack of obligatory certification and the acquisition of the certificate without having certain competence after an educational activity in Turkey are analysed as a weak element. In Turkey, a mandatory certification program based on training and competence for sports angling should be applied. On the other hand, the fact that statistics are not kept, the lack of appropriate infrastructure and superstructure investments and the lack of knowledge of people about sustainable water resources are weak elements that can prevent this sport from developing as a tourism activity in Turkey.

Further research on the subject can focus on the basic motivations of the individuals participating in sport fishing tourism. In addition, the attitudes of local people and regional managers regarding the tourism activities related to sports angling can be explored. The training program can be realized by contacting with the municipalities about giving certificate to the people who will carry out this activity through an educational program. The sample selected for this research is limited to an association's and a federation managers and sportsmen in Turkey. Further researches may need to validate the findings considering larger sample. The current research is adopted a qualitative method, to ensure better generalizability of the findings, similar research may be conducted using quantitative.

## 5. REFERENCES

- Akpınar, E. ve Bulut, Y. (2010). Ülkemizde Alternatif Turizm Bir Dalı Olan Eko-turizm Çeşitlerinin Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları. III. Ulusal Karadeniz Ormanlık Kongresi, 4, s. 1575-1594. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi.
- Balamuralikrishna, R., & Dugger, J. (1995). SWOT analysis: A management tool for initiating new programs in vocational schools. *Journal of Vocational and Technical Education*. 12(1).
- Biricik, A., Uzpeder, E., Kurma, E. ve Dalkıran, Ö. (2003). Stk'lar İçin Kilavuz Bilgiler - II. Helsinki: Helsinki Yurttaşlar Derneği.
- Bodrum Fishing. (2015). Yakala Bırak Uygulaması Raporu. Muğla: Bodrum Sportif Balıkçılık Turnuvası, [Çevrimiçi: [http://www.bodrumfishing.net/?page\\_id=10255](http://www.bodrumfishing.net/?page_id=10255)] Erişim tarihi: 07.12.2015.
- Cebecioğlu, C. (2006). SWOT Analizi ve Bir İşletme Üzerine Uygulama, Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Gebze: Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.
- Dealtry, R. (1992). *Dynamic SWOT Analysis*. Birmingham: Dynamic SWOT Associates.
- Duran, C. (2012). Türkiye de Dağlık Alanların Kırsal Turizm Açısından Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 45-52.
- European Anglers Alliance. (2004). *Recreational Angling Definition*. Belgium: European Anglers Alliance.
- European Anglers Alliance. (2015). EAA information brochure. European Anglers Alliance: <http://www.eaa-europe.org/about-eea/eea-brochure.html>.
- FAO. (2012). RECREATIONAL FISHERIES. FAO. [Çevrimiçi: [www.fao.org/docrep/016/i2708e/i2708e00.pdf](http://www.fao.org/docrep/016/i2708e/i2708e00.pdf)] Erişim tarihi: 07.05.2015.
- Gökçek, K. ve Dursun, H. (2012). Kocaağız, *Aspius aspius* (Linnaeus, 1758), Balığının Rekreatif Avcılık Amacıyla Üretimi. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*, 2(7), 67-73.
- Higginbottom, K. (2004). *Wildlife Tourism: An Introduction*. *Wildlife Tourism: Impacts, Management and Planning* (s. 1-11). İçinde Australia: Common Ground Publishing Pty Ltd.
- Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall. *Long Range Planning*, 46-52.
- Johnson, G., & Scholes, K. (1993). *Exploring Corporate Strategy*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kalaç, B. (2009). Olta Balıkçılığı, İlegal Avcılık ve Koruma Statüsü. Doğal Alabalık Çalıştayı: Sürdürülebilir Yetiştiricilik, Koruma ve Balıklandırma (s. 48-52). Trabzon: Akademi.net.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler: Pastoral Vadi Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Kiper, T. ve Yılmaz, E. (2008). Şarköy-Kumbağ Arasında Kırsal Kalkınmayı Destekleyici Turizmin Olabilirliği ve Yerel Halkın Rolü. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 5(2), 159-168.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. London: The European Edition.
- Kömürçü, G. (2013). Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kuter, N. (2007). Çankırı Kenti ve Çevresinin Turizm Açısından Değerlendirmesi. *ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 9(11), 71-77.
- Ministry of Culture and Tourism. (2015). Sportif Olta Balıkçılığı. [Çevrimiçi: <http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/genel/TurizmAktiviteleri/sportif-olta-balikciligi414366>] Access Date: 11.10.2015.
- Mordue, T. (2009). Angling in modernity: a tour through society, nature and embodied passion. *Current Issues in Tourism*, 12(5), 529-552.
- Pawsona, M., Glennb, H., & Paddaa, G. (2008). The Definition of Marine Recreational Fishing in Europe. *Marine Policy*, 32(3), 339-350.
- Porter, B. A., Orams, M., & Lück, M. (2015). Surf-Riding Tourism in Coastal Fishing Communities: A Comparative Case Study of Two Projects from the Philippines. *Ocean & Coastal Management* (116), 169-176.
- Sezen, I., Yılmaz, S. ve Akpınar Külekçi, E. (2011). Ekoturizm İçin Öneri Alanlarıyla Bayburt. *Kahramanmaraş: I. Ulusal Akdeniz Çevre ve Orman Sempozyumu*.

Shrestha, R. K. Seidl, A. F., & Moraes, A. S. (2002). Value of recreational fishing in the Brazilian Pantanal a travel cost analysis using count data models. *Ecological Economics*, 42, 289-299.

Sönmez, Y. (2015, 06 28). *Öldüreni de var, süründüreni de*[Online: <http://www.hurriyet.com.tr/kelebek/hayat/29336310.asp>], Acces Date: 05.10.2015.

T.C. Resmi Gazete. (2015a). T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Su Ürünleri Yönetmeliği. [Online: <http://www.resmigazete.gov.tr/>], Acces Date: 14.10.2015.

T.C. Resmi Gazete. (2015b). 1380 Sayılı Su Ürünleri Kanunu. T.C. Resmi Gazete: <http://www.resmigazete.gov.tr/> [Online: <http://www.resmigazete.gov.tr/>], Acces Date: 14.10.2015.

T.C. Resmi Gazete. (2015c, 10 14). T.C. Resmi Gazete. 3/2 Numaralı Amatör Amaçlı Su Ürünleri Avcılığını Düzenleyen Tebliğ [Online: <http://www.resmigazete.gov.tr/>], Acces Date: 14.10.2015.

The World Bank. (2012). Hidden Harvest: The Global Contribution of Capture Fisheries. Economic and Sector Work.

Tunca, S. Ünal, V.ve Miran, B. (2013). Foça ve Gökova Özel Çevre Koruma Bölgelerinde Amatör Balıkçılığın Sosyal ve Ekonomik Yönü Final Raporu. Ankara: Akdeniz Koruma Derneği.

Turgut, T. ve Ardahan, F. (2013). Suya Dayalı Rekreasyon İşletmelerinin Profilleri: Antalya Örneği. *Pamukkale Journal of Sport Sciences*, 4(1), 1-15.

Ünal, V., Acarlı, D., & Gordo, A. (2010). Characteristics of Marine Recreational Fishing in the anakkale Strait (Turkey). *Mediterranean Marine Science*, 11(2), 315-330.

Yeşiltaş, M., Çeken, H. ve Öztürk, İ. (2009). Karadeniz Bölgesindeki Turizm Olanaklarının Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, . 2(3), 250-269

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zengin, M. (2013). An Overview of the Status of Recreational Fisheries in Turkey: Samples of Galata Bridge, the Dardanelles, and Lake Abant. *Yunus Araştırma Bülteni* (2), 12-14.

# GELİŞEN TURİZM DESTİNASYONLARINDAN BİRİ OLARAK AKSARAY İLİNİN ALTERNATİF TURİZM POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

## A RESEARCH ON THE SIGNIFICATION OF ALTERNATIVE TOURISM POTENTIAL IN AKSARAY PROVINCE AS A DEVELOPING TOURISM DESTINATION

Mehmet TUNCER<sup>1</sup>, Selahattin ÇAVUŞ<sup>2</sup>

**ÖZET:** Değişen toplumsal ve siyasi dinamikler ile teknoloji alanındaki ilerleme, turizmde de etkisini göstermektedir. İnsanların dinlenme, eğlenme ve seyahat ile ilgili istek ve ihtiyaçlarının zaman içerisinde değişmesi yeni turizm tip ve şekillerinin oluşmasını sağlamaktadır. Böylelikle, bilinen turizm hareketleri yanında tarihi, kültürel ve çevresel öğelerin ön planda olduğu turizm çeşitlerinin giderek önem kazandığı görülmektedir. Bu doğrultuda Türkiye’de ve Dünyada çeşitli çalışmalar incelenmiş ve literatür taraması yapılmıştır. Bunlara ek olarak çeşitli kurumlardan sayısal veriler toplanmış ve Aksaray’ın destinasyon gelişim süreci ile ilişkilendirilmiştir. Buna göre Aksaray’ın kültür, inanç ve eko-turizm imkânları ile alternatif turizm türleri açısından gelişmeye açık bir destinasyon olduğu tespit edilmiştir. Diğer çalışmalarda ele alınan destinasyon sorunları ve çözüm önerileri ışığında Aksaray’ın turizm potansiyeli ile ilgili değerlendirmelerde bulunulmuştur. Buradan hareketle, bu çalışmanın benzer çalışmalara veri kaynağı olması amaçlanmıştır.

**Anahtar sözcükler:** alternatif turizm, turizm destinasyonu, Aksaray ili

**ABSTRACT:** Changing social and political dynamics and progress in technology is also affecting tourism. The changes of the leisure, recreation and journey demands of the people in time caused new types of tourism. As the result, beside the well-known tourism types, new types of tourism including historical, cultural and environmental elements have been rising. In this framework, various studies have been examined in Turkey and in the World and literature review has been done. In addition, numerical data from various institutions have been collected and associated with the development of the destination development process of Aksaray. Cultural, religious and ecotourism facilities with Aksaray is understood that there is a deficit in terms of development of alternative types of tourism destinations. Under the light of destination problems and possible solutions, tourism potential of Aksaray was discussed. It is aimed for this study to become a data source to similar works.

**Keywords:** alternative tourism, tourism destination, Aksaray province

### 1. GİRİŞ

Turizm sektörü, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sürekli gelişen ve büyüyen sektörlerden birisidir. Siyasi ve teknolojik gelişmeler ışığında sınırlar ortadan kalktıkça daha uzak mesafelere seyahat etme eğilimi artmaktadır (Ulusan ve Batman, 2010). Toplumsal dönüşüm ve gelişmeler insan istek ve ihtiyaçlarının çeşitlenmesine neden olurken, turizm alanı bu dönüşümden pay almaktadır (Sarkım, 2007: 22). Küreselleşme turizmi lokomotif bir sektör haline getirmekte, aynı zamanda diğer sektörlerle dolaylı ve doğrudan ilişkiler farklı boyutlarda ilerleme kaydetmektedir (Kavacık vd., 2012: 170). Bu çerçevede, birey-toplum-mekân ilişkisinde yaşanan farklılaşmalar turizme dair kavrayışı değiştirmektedir. Günümüzde

\*Yrd. Doç. Dr. Mehmet TUNCER Aksaray Üniversitesi, Turizm Fakültesi e-posta: mehmettuncer@aksaray.edu.tr

\*\*Yrd. Doç. Dr. Selahattin ÇAVUŞ Aksaray Üniversitesi, Turizm Fakültesi e-posta: selahattincavus@aksaray.edu.tr

geleneksel turizm uygulamaları buna bağlı olarak çeşitlenmekte; kentlerin, iklimlerin ve coğrafyanın etkisiyle alternatif arayışlar yoğunluk kazanmaktadır.

Geleneksel turizm, turistlerin bir ya da iki haftalık tur paketini satın alarak gruplar halinde yaptıkları turizm faaliyetidir. Alternatif turizm ise geleneksel turizme tepki biçiminde, yeni bir seçenek olarak doğmuştur (Uluslan ve Batman, 2010: 245). Özellikle insanların tatil anlayışlarının deniz-kum-güneş üçlüsünden eğitim-çevre-eğlence üçlüsüne kayması, turistlerin doğal alanlara yönelmelerine imkân sağlamış, böylelikle alternatif turizm ihtiyacı daha belirgin hale gelmiştir (Düzgüneş ve Demirel, 2013: 1). Alternatif turizmde para hırsı güdülmezken, turistlerle yöre halkının kaynaşması, kültürleşme, sürdürülebilirlik ve doğaya saygı kavramları ön plandadır (Met, 2012: 167-168).

Alternatif turizmin ortaya çıkmasında, turistik faaliyetlerin neden olduğu çevresel sorunlar, turist sayısının artması ve turizmdeki genel eğilim etkili olmaktadır (Düzgüneş ve Demirel, 2013: 2). Alternatif turizm, kitlesel klasik turizme alternatif olarak gelişen turizm türlerini ele alan bir kavramdır. Bu nedenle Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından alternatif turizm, “sosyal ve ekolojik uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin işbirliğine ve gelişmede yerli malzeme kullanılmasına öncelik verme amacını güden bir turizm çeşididir” şeklinde tanımlanmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 46).

Hem turizm anlayışının gereği olarak hem de turizm talebinde meydana gelen gelişmeler ve tüketici tercihlerinin değişmesi, turizmden önemli beklentileri olan ülke, bölge ve yörelerin turistik ürün çeşitlendirmesine gitmelerini zorunlu hale getirmiştir (Sarkım, 2007). Bu durum turizm çeşitleri ve turist tercihlerindeki değişimde kendini göstermektedir. Bilinen turizm hareketlerine ek olarak tarihi, kültürel ve çevresel öğelerin ön planda olduğu turizm çeşitleri giderek önem kazanmaktadır. Tarihi ve kültürel dokuyu ön planda tutan destinasyonlar giderek daha fazla tanınmakta ve turizm olgusunda kendini daha çok hissettirmektedir (Uğur, 2012). Değişen talebi karşılamak ve bu alanlardaki özel ilgiye sahip turist pazarından en fazla payı alabilmek amacıyla çeşitli yatırımlar yapılmaktadır. Böylece bir yandan turizm alanında alternatifler oluşturulurken, diğer taraftan ürün çeşitliliği ile yöre ve bölge dokusuna uygun yeni turizm merkezleri oluşturulmaktadır.

Turizm sektöründe ürün çeşitliliğini artırma amaçlı çalışmalarda, ürünün kendi özelliğinden yararlanılmanın yanı sıra, ürünün diğer ürünleri destekleyici özelliğinden de yararlanmak amaçlanmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 39). Böylece alternatif turizm, -yeni alanlar yaratmanın yanında- doğal kaynak stoklarını koruyarak kaliteli bir çevre oluşturmayı ve yöre halkının turizm ile ilgili aktivitelerini kontrol ederek bu yönde ekonomik fayda sağlamayı amaçlamaktadır. Bu nedenle sürdürülebilir gelişimin temelleri ile alternatif turizm kavramları arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır (Akpınar ve Bulut, 2010: 1577).

## 2. TURİZMDE ÇEŞİTLENDİRME VE ALTERNATİF TURİZMİN ÖNEMİ

Turizmde çeşitlendirme, rekabet koşullarına uyum sağlamak amacıyla çeşitli yöntemleri kullanarak turizm arzını artırma ve farklılaştırma yönünde çeşitli çabalar olarak ifade edilmektedir (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 42). Ancak bu çabalar, turizmin farklı kaynaklardan beslenmesi ve bölgenin kaynaklarının alt ve üstyapı yetersizliği nedeniyle kullanılamaması nedeniyle eksik kalabilmektedir (Demir ve Demir, 2004: 95).

Turizm, geçtiğimiz birkaç on yıl göz önüne alındığında, en hızlı gelişen sektörlerden birisidir. Bu hızlı büyüme, turizm ürünlerinin ve mekânlarının çeşitlendirilmesini gerektirmektedir. Böylece, turizmden elde edilen gelirin artması ve tüm yıla yayılacak bir turizm etkinliği söz konusu olabilecektir (Uluslan ve Batman, 2010: 245). Bu doğrultuda turizm sektörü turist sayısını artırmayı, kıyılarda yoğunlaşan çevresel baskıyı azaltmayı, turizm etkinliklerini

bütün yılı kapsayacak şekilde uzatmayı ve turizmin ekonomik katkısını daha geniş alanlara yaymayı mümkün kılacaktır (Akpınar, 2004: 207).

Dünyanın birçok ülkesinde turistik değeri düşük bölgelerin, organik doku veya doğal güzelliklerin korunmasıyla ya da bazı görsel ilaveler ve peyzaj çalışmalarıyla turist akımına uğradığı görülmektedir. Bu nedenle tarihi doku ve yeterli altyapı ile birlikte turizm açısından potansiyel teşkil eden yeşil alanlar, sulak alanlar, biyolojik çeşitlilik açısından zengin pek çok doğal güzelliklerin yeterince korunarak uyum içerisinde sergilenebilmesi mümkün olabilmektedir (Akbulut ve Bulut, 2010: 1576). Türkiye’de daha ziyade kıyı turizmine yoğunlaşılması, kitlesel özellik gösteren tatil turizminin daha çok tercih edilmesine; deniz-güneş-kum üçlemesi dışındaki diğer doğal, kültürel ve tarihi değerlerin yeterince değerlendirilememesine neden olmaktadır. Türkiye’nin sahip olduğu turizm potansiyelini avantaja dönüştürebilmesi, turizm faaliyetlerini çeşitlendirmesiyle mümkün olacaktır (Ulusan ve Batman, 2010: 245). Şu halde alternatif turizmin, fırsatların görülmesi ve değerlendirilmesi bakımından önemli bir işleve sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Turizm ve destinasyon arasındaki ilişkilerin önemli olduğuna inanan yöneticiler yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası alanda turizm faaliyetlerini çeşitlendirmeyi hedeflemektedir (Uğur, 2012: 14). Ancak turizm destinasyonları, turizmin önemli bileşenlerinden biri olmakla beraber; pazarlanması yönetilmesi ve yeni turistik ürünler ortaya koyma gibi zorluklarla karşılaşmaktadır (Hassan vd., 2011: 38). İşletmeler farklı alanlardaki fırsatları değerlendirebilmek için ürünlerini, hizmetlerini, faaliyet alanlarını ve hizmet sundukları tüketici gruplarını çeşitlendirme yoluna giderek destinasyonun bu tür yönlerini fırsata çevirmektedir (Mercan, 2010: 70).

Ürün çeşitliliğinin sağlanmasında, turistik ürün, bir ülke veya bir yörenin sahip olduğu doğal, tarihi ve turistik kaynaklar olabildiği gibi, tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkân veren tüm hizmetleri de kapsamaktadır (Sarkım, 2007: 138). Bir şehir turu, tur otobüsü, rehberin açıklamaları, otobüs camından izlenen şehrin manzarası, şehrin çekicilikleri ve yiyecek-içecek hizmetleri, konaklama, otel çalışanlarının samimiyeti ve sunulan kahvaltının kalitesi gibi birçok unsur turistik ürünün bileşenlerini oluşturmaktadır (Mercan, 2010: 68). Turistik ürünün geliştirilmesi, kaynakların etkin ve verimli kullanılması açısından alternatif turizme katkı sağlayan bir araç görevi üstlenmektedir.

### 3. TURİZM DESTİNASYONU VE DESTİNASYONUN GELİŞTİRİLMESİ

Turizm destinasyonu, içinde barındırdığı kaynaklar ile turistleri kendisine çeken, turistlere ev sahipliği yapan, doğrudan ve dolaylı turizm hizmetlerinin toplamından oluşan ürünler bütünüdür (Özdemir, 2008: 3). Destinasyonlarda mal veya hizmetler çok sayıda işletme tarafından üretilip sunulmakta ise de, turistler her bir destinasyonu bütün bir birim olarak algılamakta ve değerlendirmektedir (Akbaba, 2012: 2). Kırsal alanların daha etkin kullanımı ve destinasyonlarının geliştirilmesinin ekonomiye olan katkıları nedeniyle destinasyon gelişimine yönelik bölgesel ve ulusal politikalar yürürlüğe konmaktadır (Sharpley, 2002: 222). Destinasyon gelişimi kapsamında; Orta İspanya Pirene dağlarının kayak merkezi niteliği, Kuzey Batı Britanya’da kıyı turizmi, Güney Afrika’da KwaZulu, Natal ve batı Cape yöreleri, Avustralya’nın Sunshine kıyısı, Avusturya’nın ünlü kayak merkezi Innsbruck, Şirince, Beypazarı, Safranbolu, Mardin, Hatay ve Akdeniz/Ege kıyılarının turizm amaçlı kullanılması örnek verilebilir (Met, 2012: 167).

Destinasyon gelişimine yönelik araştırmalar incelendiğinde, Akpınar (2004) tarafından Kemaliye üzerine yapılan çalışmada, beşeri ve doğal kaynaklarının alternatif turizm için uygun olduğu, ancak bunları geliştirmek ve kullanmak konusunda istenilen noktada olunmadığı vurgulanmaktadır. Yapılan çalışmada Kemaliye’nin küçük grup ve bireysel turizm etkinliklerine,

özellikle spor turizmüne yatkın bir bölge olduğu belirtilmektedir. Kütahya üzerine yapılan bir çalışmada ise kentin çok sayıda tarihi ve kültürel zenginliğe sahip olduğu ve farklı ilçelerinde ayrı güzelliklerin Kütahya'nın tamamını olumlu yönde etkileyeceği ifade edilmektedir (Önder vd., 2010).

Alternatif turizm destinasyonlarından biri olarak kabul edilen Maçka'da yapılan bir çalışmada, bölgede ağırlıklı olarak yerli turiste hizmet edildiği, gezi ve ziyaretlerin genelde yaz aylarında yapılabildiği ve tesis açısından yetersiz kaldığı sonuçlarına yer verilmiştir (Düzgüneş ve Demirel, 2013). Alternatif turizm açısından geliştirilebilecek bir diğer şehir olan Sinop üzerine yapılan çalışmada ise kentin tarihi bir kent olma özelliğinin öne çıkarılabileceği ve Karadeniz ülkelerine yakınlığı nedeniyle kruvaziyer gemi ziyaretlerinin artırılabilmesi ifade edilmektedir. Turizm talebindeki değişimlerin Sinop için fırsat olabileceği öngörülmektedir (Met, 2012). Muğla bölgesinde bulunan pastoral vadi üzerine yapılan bir diğer çalışmada ise, kitle turizminin yoğun olarak yaşandığı bölgede eko-turizme yönelik çalışmaların destinasyonun imajına vereceği katkıya dikkat çekilmektedir. Sektördeki çeşitlilik ihtiyacına cevap verebilmek adına çok zengin floraya sahip endemik bitki çeşitlerinin çok olduğu bu bölgede turizmi canlandırmanın alternatif turizm hareketlerinin canlanmasına katkı vereceği belirtilmektedir (Kılıç ve Kurnaz, 2010).

Dünyada yapılan bazı çalışmalar incelendiğinde, Botswana'daki Okavango Deltası'nın önemli bir destinasyon gelişimi örneği olduğu anlaşılmaktadır. Bu bölgenin doğal güzelliğinin yanı sıra yaban hayatı imkânları dikkat çekicidir. Bu imkânlardan turistik anlamda daha fazla yararlanılabilmesi ve gelişimin sürdürülebilir olması için bölgenin turizm alt yapısı düzenlenmiş, oteller, kamp alanları ve ulaşım ve iletişim alanlarında teşvikler verilmiştir. (Mbaiwa, 2003). Bir başka çalışmada, eko-turizm bölgeleri için talep düzeyini incelemiş, seçkin insanların bu turizm türüne daha fazla ilgi duyacağını, sürdürülebilir gelişimle eko turizmin yaygınlaşabileceğini ve alternatif kaynakların uygun kullanımının gelişimi olumlu yönde etkileyeceğini vurgulamıştır (Prosser, 1994).

#### 4. ALTERNATİF TURİZM DEĞERLERİ AÇISINDAN AKSARAY

Aksaray, geçmişten günümüze Hitit, Pers, Helenistik Dönem (Büyük İskender), Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı egemenliklerinde kalmıştır. Cumhuriyet dönemine kadar Konya'ya bağlı bir sancak olan Aksaray, 1920 yılında vilayet olmuş, 1933 yılında vilayetiği lağvedilerek Niğde'ye ilçe olarak bağlanmıştır. Aksaray, 15 Haziran 1989 yılında yeniden vilayet olmuştur (AHİKA, 3). Konumu itibarıyla yolların kesişme noktasında yer alan bu tarihi şehir, tarih boyunca gözde bir şehir olmuş ve bunda sahip olduğu iklim özellikleri, geniş ve düz arazisi ve ticarete elverişli yapısı etkili olmuştur (Gül, 2013:150). Aksaray, özellikle kültürel kaynak değerleri açısından uluslararası öneme sahip bir bölgede yer almaktadır. Aynı zamanda Anadolu'nun orta noktasında bulunan bölgenin doğu-batı ve kuzey-güney doğrultusunda tarihi İpek Yolu'nun önemli kavşak noktasında konumlanması, bölgesel önemini ve turizm potansiyeli arttırmaktadır (AHİKA, 12).

Aksaray'ın tarihi ve turistik potansiyeli incelendiğinde, oldukça zengin bir altyapının olduğu görülmektedir. Örneğin şehirde gerçekleştirilebilecek alternatif turizm etkinliklerinden bazıları; İhlara Vadisi'nde doğa yürüyüşü, Selime bölgesinde atlı doğa yürüyüşü, Hasan Dağı'nda dağcılık faaliyetleri, kayak turizmüne yönelik faaliyetler ve kampçılık sıralanabilir. Ayrıca Güzelyurt'ta bisikletle ilgili etkinlikler, yine Güzelyurt ve Sultanhanı'nda festivallerin düzenlenmesi, Hirfanlı Barajı ve Tuz Gölü'nde kuş gözlemciliğine dair etkinlikler, Ziga kaplıcalarında termal turizmle yönelik faaliyetler, Melendiz Çayı ve Ulurmak'ta akarsu turizmüne yönelik faaliyetler ile buna bağlı çeşitli yörelerde sportif olta balıkçılığı imkânları bölgenin alternatif turizm potansiyelini ortaya koymaktadır. (Orman ve Su İşleri Bakanlığı TMP,



2013: 54). İfade edilenlere ek olarak Aksaray'ın turizm açısından öne çıkan Güzelyurt ilçesinde çömlek yapımı, halı ve kilim dokumacılığı, yöresel diğer el sanatları, çeşitli festival ve etkinlikler ile turizme yönelik pansiyon, lokanta, kafeterya ve benzeri işletmelerin sayısındaki artış, bölgenin alternatif turizm potansiyelinin artmasına katkı sağlamaktadır (Yılmaz vd., 2016: 9).

Aksaray'ın turizm potansiyelini ortaya koymak adına konaklama ve tarihi turistik mekânlara ilişkin istatistik verilerden yararlanmak yerinde olacaktır.

**Tablo 1: Aksaray İli Konaklama İşletmeleri İstatistikleri**

Yılı	Turizm İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri			Yatırım Belgeli Konaklama Tesisleri			Belediye Belgeli Konaklama Tesisleri		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2011	12	490	1024	3	364	794	6	117	231
2012	12	511	1066	2	299	664	6	165	327
2013	14	685	1389	2	253	546	6	117	231
2014	11	593	1211	3	123	286	11	508	1047
2015	13	695	1384	3	117	280	10	485	1008

Kaynak: Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Tablo 1'de Aksaray ilinde bulunan turizm işletme, yatırım ve belediye belgeli konaklama tesislerinin son beş yılına ait bilgiler yer almaktadır. Buna göre, işletme sayılarında belli bir artış olmasa da oda ve yatak kapasitesinin arttığı görülmektedir.

**Tablo 2: Aksaray İli Geceleme Sayıları**

Yıllar	Yerli Turist	Yabancı Turist	Toplam
2011	103788	21080	124868
2012	114837	13525	128362
2013	132796	12718	145514
2014	165286	12989	178275
2015	169290	13230	182420

Tablo 2'de Aksaray'da bulunan konaklama tesislerinde geceleme istatistiklerine yer verilmiştir. Kavşak noktasında yer alması nedeniyle geceleme yapmadan otel imkânlarından yararlanan misafirler değerlendirmeye alınmamıştır. Aksaray'da geceleme yapan konukların büyük bir çoğunluğunun yerli turist olduğu, yabancıların çok fazla konaklatılmadığı anlaşılmaktadır. Nevşehir'in Aksaray'a oldukça yakın olması, konaklama imkânlarının yüksek olması gibi gerekçelerin bu durumu ortaya çıkardığı düşünülebilir.

**Tablo 3: Aksaray İli Müze ve Ören Yeri İstatistikleri**

<b>Yılla r</b>	<b>Müze Ören Yeri</b>	<b>Yerli Ziyaretçi</b>	<b>Yabancı Ziyaretçi</b>	<b>Toplam</b>
<b>2011</b>	Aksaray Müzesi-Ihlara Ve Güzelyurt	145035	152000	297835
	Sultanhanı	11000	220000	231000
	Saratlı Yer Altı Şehri	31000	92200	123000
	<b>Genel Toplam</b>	<b>187035</b>	<b>465000</b>	<b>652000</b>
<b>2012</b>	<b>Müze Ören Yeri</b>	<b>Yerli Ziyaretçi</b>	<b>Yabancı Ziyaretçi</b>	<b>Toplam</b>
	Aksaray Müzesi-Ihlara Ve Güzelyurt	144000	179000	323799
	Sultanhanı	25000	210000	235000
	Saratlı Yer Altı Şehri	20000	100000	120000
	Öresin Han	2000	19000	21000
	Gaziemir Yer Altı Şehri	2000	8000	10000
	<b>Genel Toplam</b>	<b>193000</b>	<b>516799</b>	<b>709799</b>
<b>2013</b>	<b>Müze Ören Yeri</b>	<b>Yerli Ziyaretçi</b>	<b>Yabancı Ziyaretçi</b>	<b>Toplam</b>
	Aksaray Müzesi-Ihlara Ve Güzelyurt	133859	230859	364718
	Sultanhanı	22000	218000	240000
	Saratlı Yer Altı Şehri	1925	162000	163925
	Öresin Han	5000	68000	73000
	Gaziemir Yer Altı Şehri	2000	10000	12000
	<b>Genel Toplam</b>	<b>164784</b>	<b>688859</b>	<b>853643</b>
<b>2014</b>	<b>Müze Örenyeri</b>	<b>Yerli Ziyaretçi</b>	<b>Yabancı Ziyaretçi</b>	<b>Toplam</b>
	Aksaray Müzesi-Ihlara Ve Güzelyurt	147770	315102	462872
	Sultanhanı	17978	258200	276178
	Saratlı Yer Altı Şehri	7200	169620	176820
	Öresin Han	16035	59093	75128
	Gaziemir Yer Altı Şehri	4090	5988	10078
	<b>Genel Toplam</b>	<b>193073</b>	<b>808003</b>	<b>1001076</b>
<b>2015</b>	<b>Müze Örenyeri</b>	<b>Yerli Ziyaretçi</b>	<b>Yabancı Ziyaretçi</b>	<b>Toplam</b>
	Aksaray Müzesi-Ihlara Ve Güzelyurt	213736	301772	515508
	Sultanhanı	40000	169800	209800
	Saratlı Yer Altı Şehri	8100	91477	99577
	Öresin Han	15000	40000	55000
	Gaziemir Yer Altı Şehri	3100	4900	8000
	Somuncu Baba Türbe Ve Müzesi	39400	1200	40600
	<b>Genel Toplam</b>	<b>319336</b>	<b>609149</b>	<b>928485</b>

Tablo 3'te müze ve ören yerlerine ilişkin istatistikî bilgilere yer verilmektedir. Bu bilgiler çerçevesinde, 2011 yılından itibaren sonraki beş yılda ziyaretçilerin sayısının bariz bir şekilde arttığı görülmektedir. Ayrıca ziyarete açılan merkezlerin de sayısının artması,

Aksaray'da alternatif turizm imkânlarından daha fazla kullanılmaya başlandığını ortaya koymaktadır.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Aksaray'da etkin biçimde gerçekleştirilebilecek alternatif turizm türlerinin kültür turizmi, eko-turizm, kırsal turizm ve inanç turizmi olduğu söylenebilir. Hem alanyazın bilgileri, hem de istatistiki veriler ışığında Aksaray'ın alternatif turizm potansiyelinin var olduğu ve gelişmeye açık bir destinasyon kimliğine sahip olduğu söylenebilir. Alternatif turizm gelişimine yönelik yapılan çalışmalarda yeni destinasyonların farklı özelliklerinin ön plana çıktığı/çıkarıldığı görülmektedir. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) yürütülen bir araştırmada Florida'yı ziyaret edenlerin tanışıklık, aşinalık ve farkındalık gibi etmenler ile hareket etmelerine rağmen bölgenin turizm merkezi olduğu düşüncesi zayıftır (Milman ve Pizam, 1995). Aksaray açısından bakıldığında, farklı alternatif turizm türlerinin yapılar hale gelmesi, diğer alternatif turizm türlerine olan tercihi de etkileyecektir. Bu gerekçelerle yapılan her türlü alternatif turizm hareketi, daha fazla ziyaret ve daha fazla ekonomik gelir anlamına gelmektedir. Bir bölgenin cazibe merkezi olmasında ulaşım, konaklama, yeme içme, park, müze, ören yeri vb. eğlence ve dinlenme imkânlarının olması son derece önemlidir (Hassan vd. 2011: 55). Aksaray'ın cazibe merkezi olmasında kullanılabilir araçların uygun bir biçimde yönetilmesi ve pazarlanması, Aksaray turizmi için vazgeçilmez bir gerekliliktir.

Araştırmalar göstermektedir ki, tüketici zihninde marka ve ürünle ilgili oluşan olumlu duygular, o mal veya ürünün satın alınmasında etkilidir. Markalaşmış ürünlerin tercih edilmesinde ve satın alınmasında pozitif duyguların önemli ölçüde etkisi vardır (Veen and Song, 2014). Aksaray'ın da marka olma yolunda önemli çabalar göstermesi gerekliliği ortadadır. Alternatif turizme en fazla katkı verecek unsurlardan birisi de toplumsal hareketler, geleneksel alışkanlıklar ve bu konuda yapılacak tarihsel araştırmalardır. Alternatif turizmin gelişmesinde çevrenin yanı sıra yerelde insanların günlük yaşamlarının da dâhil edilmesi etkili olacaktır (McGhee, 2002). Aksaray'ın yerel unsurlarının öne çıkarılması alternatif turizmin gelişmesinde itici bir faktör olarak kendini göstereceği söylenebilir. Dünyada alternatif turizm gelişim örneği olarak Botswana'daki Okavango Deltası karakteristik bir örnektir. Bölgeyi özel kılan, bu bölgenin doğal güzelliği ve yaban hayatı imkânlarıdır. Bu imkânların uygun bir şekilde kullanılmasında bölgenin turizm alt yapısı, otelleri, kamp alanları ve havaalanı yapımında teşvikler söz konusudur. Turizm gelişimini devam ettirmek için yollar ve haberleşme sistemlerinde iyileştirmeler gerçekleştirilmiştir. Böylece bu bölgede istihdam ve yerel toplulukların gelişimi açısından bu bölge fırsatlar sunmaktadır (Mbaiwa, 2003). Aksaray'ın destinasyon gelişiminde bu tür örneklerden yararlanılması ve gelişmiş bazı destinasyonların geçirdiği evrelerin bilinmesi alternatif turizm gelişiminde önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca ekonomik kalkınmada turizmin olumlu yönde etkisi, turizmden elde edilen zenginliğin toplumun geneline dağıtılabilmesi, politik engellemelerin turizm etkinliğine sınırlı düzeyde etkide bulunması ve doğal ve tarihi çekiciliklerden yararlanmak için fırsat oluşturması, turizmin yerel ve bölgesel kalkınmaya etkisi ile açıklanabilir (Markwick, 1999).

Ahiler Kalkınma Ajansının (2015) raporunda Kırıkkale, Niğde, Nevşehir, Kırşehir ve Aksaray illerine ait turizm verilerine yer verilmiştir. İncelenen iller arasında, turizmden en fazla payı yüzde 80'e yakın bir oranla Nevşehir almaktadır. Aksaray'ın payı Nevşehir dışındaki illerle karşılaştırıldığında yüksek olmasına rağmen oran, yaklaşık yüzde 8 ile oldukça düşük kalmaktadır. Aksaray, Nevşehir'in bu potansiyelini lehine çevirebilirse turizmden elde ettiği gelir ve turist sayıları açısından gelişme gösterecektir. Öte yandan, özellikle kültürel motivasyonla hareket eden turistler için kültür turlarının düzenlenmesi, doğal ve sanatsal çekiciliklerin gösterilmesine yönelik etkinlikler, yerel halkın yaşamından izler taşıyan aktiviteler

içeren olayların bir araya getirilip turistik ürün haline getirilmesi ve turizm pazarına sunulması, Aksaray'a olan turizm talebini artıracaktır.

Aksaray turizminde, avantajların yanı sıra dezavantajlar da söz konusudur. Kentin turizm potansiyelinin ortaya çıkartılmasında en dikkat çeken sorun olarak tanıtım ve pazarlama eksikliği değerlendirilmektedir. Turizme konu olacak değerlerin bilinmemesi, düşük geceleme oranları, yetersiz yatırımlar gibi bazı sorunlar ildeki alternatif turizmin gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir. Aksaray ilinin avantajlarına bakıldığında, tarihi ve doğal pek çok turistik kaynağa sahip olması, henüz turizme kazandırılmamış yeraltı şehirlerinin olması, termal turizm imkânları, Hasan Dağı'nın kış turizmine yönelik potansiyeli, Tuz Gölü ve çevresinden daha fazla yararlanılma şansı gibi imkânlar, ilin alternatif turizm potansiyelini artmasında öne çıkan hususlar olarak görülebilir.

#### 4. KAYNAKLAR

- Ahiler Kalkınma Ajansı (2015). *Aksaray İli Turizm Stratejisi ve Eylem Planı (Kültür, Termal, Dağ ve Kış Turizmi ve Diğerleri) Raporu*. Aksaray.
- Akbaba, A. (2012). Destinasyon geliştirme ve küçük ölçekli turizm işletmeleri: Akçakoca üzerine bir inceleme. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (24) 1-15.
- Akpınar, E. (2004). Doğu Anadolu Bölgesinde Alternatif Turizm Merkezi Olmaya Aday Bir İlçe: Kemaliye. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (2), 207-236.
- Akpınar, E. ve Bulut, Y. (2010). Ülkemizde Alternatif Turizmin Bir Dalı Olan Eko-turizm Çeşitleri ve Bölgelere Göre Dağılımı ve Uygulama Alanları. *III Ulusal Karadeniz Ormanlık Kongresi*, (s. 1575-1594).
- Aksaray İl Kültür Turizm Müdürlüğü 2015 Turizm İstatistikleri, Aksaray.
- Demir, M. ve Demir, Ş. Ş. (2004). Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Futbol Turizmi: Antalya Bölgesinde Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 6(1) 94-116.
- Düzgüneş, E. ve Demirel, Ö. (2013). Maçka Bölgesi'nin Alternatif Turizm Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi. *İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi*, 3 (7), 1-11.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi* (15), 51-59.
- Gül, M. F., (2013). Aksaray Şehrinin İktisadî Tarihi Hakkında Bir Deneme, Çanakkale Araştırmaları Türk Yıllığı Yıl: 11, Sayı: 14, ss. 131-158.
- Gülcan, B. (2010). Türkiye'de Kültür Turizminin Yapısı ve Somut Kültür Varlıklarına Dayalı Ürün Farklılaştırma İhtiyacı. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 99-120.
- Hassan, A., Demirçivi, M. B. ve Yeşiltaş, M. (2011) Belek ve Kemer'i Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Görüşleri ve Destinasyon Pazarlaması. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (1), 37-60.
- Kavacık, M. Zafer, S., ve Ünal, M. E. (2012). Turizmde Destinasyon Markalaşması: Alanya Örneği. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (39), 169-92.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif Turizm ve Ürün Çeşitliliği Oluşturmada Ekolojik Çiftlikler. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3 (7), 39-56.
- Markwick, M. (1999). Malta's Tourism Industry Since 1985: Diversification, Cultural Tourism And Sustainability. *The Scottish Geographical Magazine*, 115(3), 227-247.
- Mbaiwa, J. E. (2003). The Socio-Economic and Environmental Impacts of Tourism Development on The Okavango Delta, North-Western Botswana. *Journal of Arid Environments*, 54 (2), 444-467.
- McGhee, N. (2002). Alternative Tourism and Social Movements. *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 124-143.
- Mercan, Ş. O. (2010). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bölgesel Planlama Ve Turistik Ürün Oluşumu: Altınoluk Örneği Üzerine Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği A.B.D. Yayınlanmamış Doktora Tezi*.
- Met, Ö. (2012). Turizm ile Yöresel Gelişme: Sinop için Bir Turizm Gelişim Stratejisi Önerisi. *Karadeniz Araştırmaları Dergisi* (34), 163-179.
- Milman, A. & Pizam, A. (1995). The Role of Awareness and Familiarity With a Destination: The Central Florida Case. *Journal of Travel Research*, 33 (3), 21-27.
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı 8. Bölge Müdürlüğü Aksaray Şube Müdürlüğü (2013). *Aksaray İli Doğa Turizmi Master Planı 2013-2023*. Aksaray.
- Önder, H. Özçelik, Ö. ve Odabaşı, Y. (2010). Termal Turizm Kentlerinde İkincil Konutların Turizme Kazandırılması: Kütahya- Yoncalı Termal Turizm Bölgesi Örneği. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* (2), 40-57.
- Özdemir, G. (2008), *Destinasyon Pazarlaması*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Prosser, R. Cater, E. & Lowman, G. (1994). Societal Change and Growth in Alternative Tourism. *Ecotourism: A Sustainable Option*. 19-38.
- Sarkım, M. (2007). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turizm Çeşitlendirme Politikaları Ve Antalya Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat A.B.D. Yayınlanmamış Doktora Tezi*.
- Sharpley, R. (2002). The Challenges Of Economic Diversification Through Tourism: The Case of Abu Dhabi. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 221-235.

Uğur, İ. (2012). Tarihi Kentlerin Turizm Destinasyonu Olarak Geliştirilmesi: Safranbolu Örneği. *ÇOMÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği A.B.D. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.

Uluslan, Y. ve Batman, O. (2010). Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (23), 244-260.

Veen, R. V. & Song, H. (2014) Impact of The Perceived Image of Celebrity Endorsers on Tourists Intentions to Visit. *Journal of Travel Research* , 53 (2), 211-224.

Yılmaz, A. Tuncer, M., ve Zorlu. K. (2016). Yavaş Şehir (Sürdürülebilir Yerel Kalkınma) Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Güzelyurt, Aksaray. *Studies of the Ottoman Domain*. Cilt: 6, Sayı: 10, ss.1-18.

## KIRSAL ALAN GELİŞİMİ AÇISINDAN KIRSAL TURİZM VE KIRSAL TURİZMİN DÜNYADAKİ DURUMU

### RURAL TOURISM AND ITS CURRENT STATE IN THE WORLD WITH REGARD TO RURAL AREA DEVELOPMENT

Sait DOĞAN\*, Yasin ÖZASLAN\*\*

**ÖZET:** Kırsal turizm kırsal alanların kalkınmasının en önemli araçlarından birisidir. Kırsal turizm ile ilgili literatür incelendiğinde, hem kırsal alan hem de kırsal turizm tanımlamalarında evrensel bir tanımlamanın olmadığı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte kırsal turizm faaliyetleri ile kırsal alanların nüfus değişimleri arasında bir ilişki olup olmadığı da incelenen diğer bir konudur. Buradan yola çıkarak, bu çalışmanın amacı literatürde yer alan kırsal alan ve kırsal turizm tanımlamalarındaki farklılıkları belirleyerek, kırsal turizmin kırsal alanlardaki nüfus değişimleri üzerindeki etkisini ortaya çıkartmaktır. Nitel araştırma olan bu çalışmada içerik analizi yönteminden yararlanılmıştır. Türkiye’de 20000’den az nüfusa sahip yerler olarak tanımlanan kırsal alanlar, Avustralya, Danimarka, Norveç, Hindistan, İtalya, İspanya, İsviçre, Avusturya, Kanada ve Yeni Zelanda gibi ülkelerde farklı olarak tanımlanmaktadır. Aynı durumun kırsal turizm tanımlamalarında da karşımıza çıktığı ve ülkeler arasında farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Yapılan bir başka analiz sonucunda kırsal turizm’in başarı ile uygulandığı ülkelerin kırsal nüfuslarında artış, toplam nüfus içerisinde ki kırsal nüfus oranında ise % 4 (-,+) civarında bir değişim olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir yandan kırsal turizmin gelişmediği ülkelerde ise hükümet baskıları, savaş durumu, sanayileşme, teknoloji ve benzeri nedenlerden dolayı kırsal nüfus oranının azaldığı görülmüştür.

**Anahtar sözcükler:** Kırsal Alan, Kırsal Turizm, Gelişim

**ABSTRACT:** Rural tourism is one of the most important means of development of rural areas. It can be seen through the literature review of rural tourism that no universal definition exists regarding the definitions of both rural areas and rural tourism. Besides, whether a relationship exists between rural tourism activities and population exchanges in rural areas is another research problem. From this point of view, the purpose of this study is to determine the differences in the literature regarding the definitions of rural area and rural tourism and to reveal the causes and effects of population exchanges in rural areas located in countries where rural tourism is developed and those where rural tourism is not developed, in accordance with the data obtained from World Bank reports (1980-2015). In this context, this study is a literature review and the causes of the primary data have been interpreted via secondary data. Rural areas in Turkey, defined as locations with a population of lower than 20000, are different from those in countries such as Australia, Denmark, Norway, India, Italy, Spain, Switzerland, Austria, Canada and New Zealand. It has been found out that the same situation appears in the rural tourism definitions and there are differences among the countries. Another analysis revealed that there was an increase in the rural population of the countries where rural tourism was successfully implemented and there was an approximately 4% (-,+) change in the ratio of rural population in the total population. On the other hand, it was discovered that the rural population in places where rural tourism was not developed decreased though for various reasons (government pressure, state of war, industrialization and technology, etc).

**Keywords:** Rural Area, Rural Tourism, Development

### 1. GİRİŞ

Kırsal bölgelerdeki nüfusun azalması, ekonomik farklılıklar ve değişimler gelişen ve gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarıdır. Bir yüzyılı aşkın süredir, sanayileşme ve kentleşmenin güçlü eğilimleri kırsal toplumun ekonomik ve siyasi konumunu sürekli değiştirmiştir. Son 40 yıl içinde bu eğilimler yoğunlaşmış ve tarım gelirleri reel bazda azalmıştır. Teknolojik değişikliklerle azalan tarımsal istihdam azalan gelir ile birleşmiştir. Bunu takiben,

\* Öğr. Gör. Dr., Aksaray Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Aksaray-Türkiye, dogansait@gmail.com,

\*\* Öğr. Gör., Yalova Üniversitesi, Yalova Meslek Yüksekokulu, Yalova-Türkiye, ozaslansn@gmail.com,

kırsal bölgelerdeki hizmet sunumu da azalmıştır; mağazalar, okullar, iş alanları, idari hizmetler ve ulaşım olanaklarının sayıları ve temel hareketlilik azalmıştır. Ayrıca kırsal nüfus yaşlanmış ve nüfus azalmıştır. Birçok küçük kasaba ve köyler artık canlılığı korumak için mücadele etmektedir. Tüm dünyada yerel, bölgesel ve merkezi devlet kurumları bu sorunları gidermek için değişik müdahalelerde bulunmaktadır. Doğa ve manzaranın korunması giderek daha önemli olarak görülmektedir. Tarihi binalar ve "geleneksel" kırsal toplumları daha dikkat çekmektedir. Biraz daha erişilebilir kırsal bölgelere, büyük şehirlerdeki yaşam koşulları hakkında mutsuz olan insanların bir nüfus akını olmuştur. Bu karşı şehirleşme olarak bilinmektedir. Ancak kırsal bölgelerin birçoğundaki nüfus düşüşü halen önemli bir sorun olarak devam etmektedir (OECD,1994, s.6).

Türkiye açısından bakıldığında, özellikle kırsal alanlarda tarım arazilerinin miras yoluyla bölünmesi sonucunda geçim sağlayacak kadar tarım arazisinin olmayışı hane halkını kırsal alanlardan göçe zorlamıştır. Diğer yandan arazilerin miras yoluyla paylaşılması sonucu aynı aileye mensup şahısların konutlarını kendilerine ait araziler üzerine inşa etmeleri de yerleşme deseninin gittikçe dağılmasına ve daha dağınık bir yerleşme biçiminin ortaya çıkmasına sebep olmuştur (Zaman ve Bulut, 2003, s.221).

19. yüzyılda bazı demiryolu şirketleri de yatırımlar yaparak gelişmekte olan kırsal turizm çeşidine hizmet vermiş ve kentsel alanlarda yaşayanların kırsal alana daha rahat ulaşabilmelerini sağlamayı amaçlamışlardır. Özellikle Alpler ve Amerikan ve Kanada Rockies dağları yapılan demiryolu yatırımları ile kırsal turizmin ilk öncülleri sayılabilir (Özkan, 2007).

1990'lı yıllarda özellikle gelişmiş ülkelerde planlı ve programlı çalışma ve geniş katımlı örgütlenme sonucu kırsal turizm önemli bir sektör durumuna gelmiştir. Örneğin, AB'ye üye ülkeler, 1991-1997 yılları arasında sadece tarım turizmi (agro-tourism) programlarını sübvans etmek için 2 milyar \$ harcamışlardır (Tagliabue, 1998). AB'de yapılan bir araştırmada, "tatile gidilecek bir yer seçerken tercih için en çekici noktalar neresidir?" sorusuna turistlerin %56'sı doğal harikaları (örneğin, mağara, şelale ve dağ gibi) görmek ve %37'si ise bozulmamış doğal bir çevre cevabını vermişlerdir (Anonim 1987'den Aktaran: Esengün, Akça ve Sayılı, 2002, s.4). Diğer araştırmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. 1990'lı yılların başında AB ülkelerinde (ortalama nüfusun) tatillerini kırsal alanlarda geçirenlerin oranı %25'e, dağlık alanlarda geçirenlerin ise %23'e ulaşması (Davidson, 1992) konunun önemi hakkında dikkate değer ipuçları vermektedir.

Avrupa'da kırsal turizmde yol almış birçok ülke (Fransa, Avusturya, İtalya, Almanya, İngiltere, İrlanda, İsviçre, Hollanda, Belçika, İspanya, Portekiz, İskandinav ülkeleri vd.) bulunmaktadır. Kırsal turizm, bu ülkelerde iç turizm yanında, dış turizme de hizmet verir bir düzeye ulaşmıştır. Avrupa'da uzun yıllardan beri geleneksel biçimde iç turizm hareketi olarak sürdürülen kırsal turizm, her zaman kır ve kent kültürünü buluşturma görevini üstlenmiştir. Öte yandan birçok ülkede kırsal alanın turizmde kullanımı çok daha yeni olup, 1970'lerden sonra gündeme gelmiştir (Soykan, 2000, s.21-23).

## 2.KIRSAL TURİZM

Literatür incelendiğinde uzmanlar tarafından kırsal turizmin; çiftlik turizmi, köy turizmi, yayla turizmi, tarımsal turizm, eko-turizm (Akça vd. 2001, s.31), yumuşak turizm, yeşil turizm, özel ilgi turizmi, alternatif turizm, çevresel turizm (Yarcan, 1997, s.70) gibi farklı isimlerle ifade edildiği görülmektedir. Bunun sebebi uzmanlar arasında kırsal turizmin kapsamı konusunda ortak bir görüşün olmayışıdır. Sadece kırsal turizm değil kırsal alan tanımlamalarında da ülkelere ve yazarlara göre farklılıklar bulunmaktadır (Nair vd., 2015).

Cabrini (2004) kırsal turizm bileşenlerini; merkezde toplum olmak üzere, kırsal alanlar, kırsal yaşam, kırsal miras ve kırsal etkinlikler olarak 5 farklı boyutta bir araya getirerek tanımlamıştır. Malezya'da gerçekleştirilen bir çalışmada ise kırsal turizm tanımına ait boyutlar; bölgenin karakteristik özelliği, ziyaretçilerin geliş amacı, yerel çekicilikler ve aktiviteler, sürdürülebilirlik ve paydaşlar olarak belirlenmiştir (Nair vd., 2015).



Kırsal turizmi, bir kavram olarak algılayabilmek için onun bileşenleri tanımlanmalıdır ve aşağıdaki şema bunu açıklamaktadır (Şekil: 1):



Şekil 1- Kırsal turizm kavramı (kırsal turizm bileşenleri) (Kaynak: Cabrini, 2004).

Avrupa Birliği tarafından yapılan çalışmalarda kırsal turizm, “amacı tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça zaman geçirmek isteyen turistlere, beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünüdür.” şeklinde tanımlanmaktadır (EC, 1999:151). Son yıllarda üzerinde en çok konuşulan turizm türlerinden biri olmasına rağmen birçok nedenden ötürü kırsal turizmin evrensel ve yeterli bir tanımını yapmak oldukça zordur (Soykan, 2006, s.73). Lang (1994) alanları kırsal olarak alan tanımlamanıza yardımcı temel özellikleri: nüfusun yoğunluğu, yerleşimin büyüklüğü, toprak kullanımı ve geleneksel sosyal yapılar olarak göstermektedir.

Küçükaltan’a (1997) göre kırsal turizm, insanların devamlı ikamet ettikleri yerler dışındaki kırsal yörelere ziyareti, buralarda çiftçilerin ürettikleri mal ve hizmetleri, yörenin doğal dokusuna uygun mekânlarda talep ederek ve yörede para artırma arzularını minimize ederek geçici konaklamalardan doğan olaylar ve ilişkilerin bütünüdür. Kırsal turizm Yarcan’a göre daha çok çiftliklere ve doğaya yönelik olarak yapılan ve turistlerin çiftlik gezme, balık tutma, ata binme, trekking vb. etkinliklere katıldıkları turizm türüdür. Akça vd. (1999, s.31) ve Soykan’a (1999, s.68) göre ise; kırsal turizm, kırsal alanlardaki tüm turizm faaliyetleridir.

Kırsal turizmle ilgili olarak yapılmış bazı çalışmalar incelendiğinde;

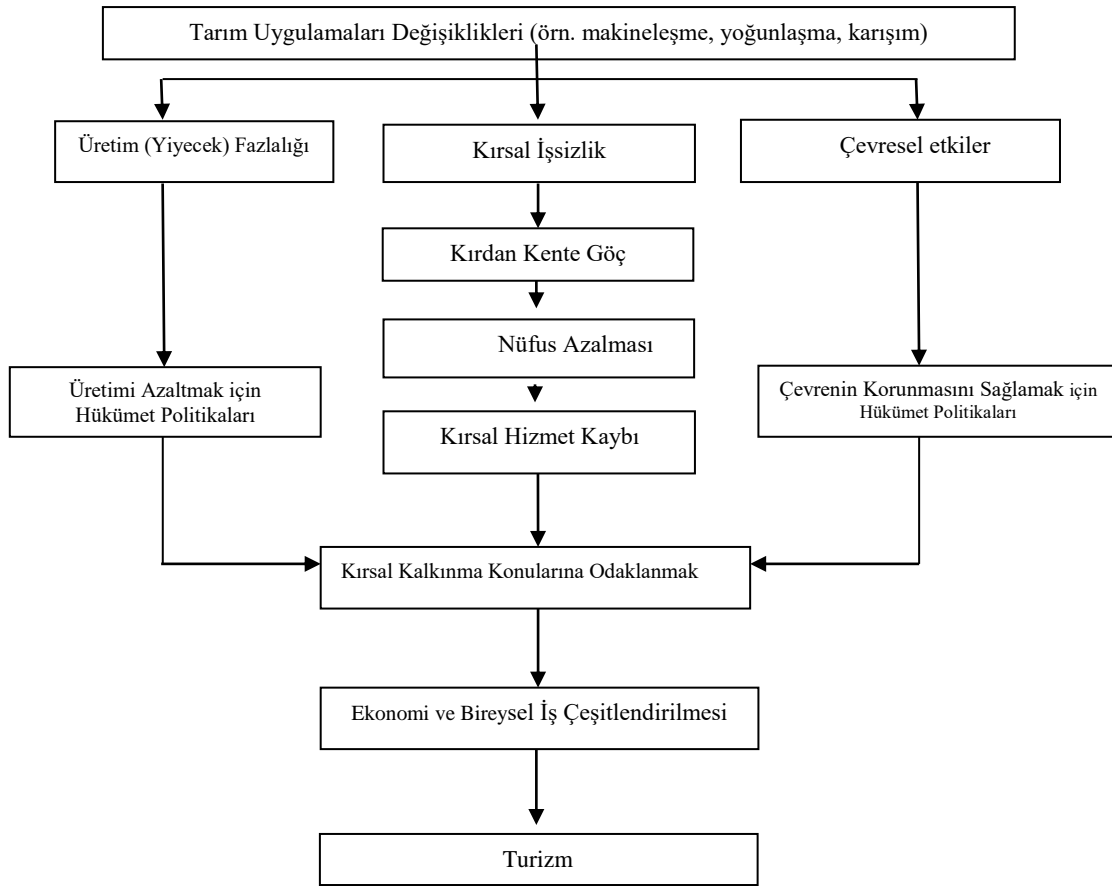
Tchetchik vd. (2006, s.3), kırsal turizmde, yerel kaynakları istihdam etmenin önemli olduğunu vurgulamıştır. Avrupa’da ve Kuzey Amerika’da Kırsal turizm veya alternatif olarak tarım turizmi hızla büyüyen bir işkolu olup, yıllık büyüme oranı % 6 olarak ifade edilmiştir. Birçok kırsal alanda kırsal turizm kırsal nüfus için önemli bir geçim kaynağıdır (Tchetchik, vd., 2008, s.553). Özellikle turizm sektörünün vasıfsız ve yarı vasıflı kişilere de iş imkânı sunması (Pizam, 1982), birçok kırsal alanda ekonomik yönden zayıf olan insanların iş bulma olanağını zenginleştirmektedir.

Kırsal turizmin gelişiminde başarılı örneklerin temel özelliklerinin incelendiği diğer bir araştırmada, Wilson vd. (2001, s.14) yerel girişimcilerin yaygın olarak turizm gelişimine katılımının önemine dikkat çekmektedir. Bu çalışmanın sonuçlarına göre, başarılı sonuçlar elde edilmesini sağlayan temel özellikleri: “bileşik turizm ürününün geliştirilmesi, yerel liderlik yapısının bulunması, yerel yönetimin katkısı ve katılımı, yerel liderler ile girişimciler ve işadamları arasında koordinasyon ve dayanışma, turizm gelişimi ve tanıtımı için teknik ve bilgi sistemleri desteği ve yaygın yerel halk desteğidir.” Doğan’a göre (2007, s.64), yerel gelişim

politikalarının temel birleşenleri ise: fiziki alt yapı, duyarlı hükümet, toplumsal, ekonomik ve sosyo-kültürel gelişim olarak belirlenmiştir.

Eren ve Aypek (2012), Türkiye’de yeni bir gelişim bölgesi olan Cumalıkızık köyünde yerel halkın turizme karşı tutumlarını inceledikleri araştırma sonucunda yerel halkın turizme yönelik tutumlarının olumlu olduğu, turizmin çevresel ve sosyo-kültürel açılardan bir olumsuzluk oluşturmadığını tespit etmişlerdir. Öte yandan yerel halk, yörelerinde turizm gelişimine rağmen kamu hizmetlerinde bir artış olmadığını belirtmiştir. Ayrıca araştırma sonuçları katılımcıların neredeyse yarısının (%43.5) turizm sektöründe çalışan bir yakının olduğunu ve %20’sinin çalıştığını göstermektedir. Bu durum Cumalıkızık’da turizmin istihdam sağladığını göstermiştir.

Başka bir araştırmada, Akyol (2012, s.83), kırsal turizmde “Ev Pansiyonculuğu Modeli”nin gelişmesiyle birlikte, kırsal turizmde konaklama faaliyetlerinin artacağını, yöreye maddi ve manevi anlamda olumlu katkılar sağlayacağını ifade etmiştir. Egbali ve Nosrat’a (2011) göre kırsal turizm ile birlikte; yeni iş olanakları, gelirden artış, yaşam kalitesinde artış, ulusal ve kişisel özgüvende artış ve toplum kesimleri arasındaki dengesizliklerde azalış sağlanabilecektir.



Şekil 2. Tarım Uygulamalarındaki Değişim ve Turizm, (Kaynak: Thomson Learning'den aktaran, Chanchani, 2006, s.1)

Chanchani, (2006, s.1) sanayileşme ile başlayan köyden-kente göç sürecinin ve devamında turizm hareketlerinin kırsal alanlar üzerindeki değişimine katkıda bulunan faktörleri sıralamıştır. (Şekil 2.).

Şekil.2'den anlaşılacağı üzere bir bölgede kırsal turizmin gelişimi iki koşula dayanmaktadır: Gelişimsel yararlar (iş tutma, yeni iş yaratılması, tarım destek, altyapı

geliştirme) ve çevrenin korunması ve koruma (manzara ve doğa koruma). Bunun yanı sıra gelişimsel ve çevresel nedenlerden kaynaklanan, sosyal kriterler (kültürel yaygınlığın genişletilmesi, zenginleştirilmesi ve ölen sanatları canlandırmak, yerel halk için zanaat formları ve sosyal etkileşim) aynı zamanda kırsal alanların gelişimi için motive edici faktörlerdir.

Turizmin gelişmesi sonucunda kırsal alanlarda kalkınma hızı ile nüfus artış hızı arasındaki dengesizliğin sebep olduğu iç göçler, turizm nedeniyle yer yer azalacak veya duracaktır. Bu süreç kentlerin gecekondulaşmasını veya çarpık kentleşme hızını yavaşlatacaktır (Çetiner, 1998). Böylece turizm kırsal alanların kalkınmasına katkıda bulunarak iç göçü önleyebilir ve nüfusu yerinde tutmada önemli bir rol oynayabilir (Torun, 2013).

### 3. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı literatürde yer alan kırsal alan ve kırsal turizm tanımlamalarındaki farklılıkları belirleyerek, Dünya Bankası raporlarından elde edilen veriler (1980-2015) doğrultusunda kırsal turizmin gelişmiş olduğu ülkelerle, gelişme yaşanmayan ülkelerin kırsal alanlarındaki nüfus değişimlerinin neden ve etkilerini ortaya koymaktır. Araştırmanın kavramsal çerçevesini ortaya koymada ve özellikle çalışma altyapısının oluşturulduğu giriş, teori ve metodoloji bölümlerinde ikincil veriler sıkça kullanılmış, elde edilen kuramsal bilgilerin ışığında ikincil verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Dünya Bankası raporlarından elde edilen veriler (1980-2015) içerik analizi yöntemi ile incelenmiş ve analiz edilmiştir. İçerik analizi sosyal bilimcilere: arşivlerden, belgelerden, gazetelerden, sinema, dizi gibi çeşitli görsel dokümanlardan, çeşitli kitle iletişim araçlarından elde edilen bilgilerin bir anlam kazandırılması amacıyla sistematik olarak incelenme fırsatı sağlar (Gökçe, 2006:14). Bu kapsamda ilgili dokümanlardan elde edilen veriler analiz edilmiş, ayrıca uzman görüşlerinden de (expert opinion) yararlanılmıştır.

### 4. BULGULAR

#### 4.1. Ülkelere göre kırsal alan ve kırsal turizm tanımlarının incelenmesi

Literatür incelendiğinde, kırsal alan ve kırsal turizm kavramlarının farklı yazarlar tarafından farklı tanımları söz konusu olduğu gibi, ülkeler bazında yapılan tanımlamalarda da farklılıklar söz konusudur. Uzun yıllardır tartışma konusu olan “kırsal alan” tanımlamaları için yazarlar üç temel değişken üzerinde yoğunlaşmışlardır. Bunlar; kırsal nüfusun yoğunluğu, alan kullanımı ve geleneksel sosyal yapıdır (OECD, 1994, s.9). Tablo 1’de ülkeler bazında kırsal alan için yapılan tanımlar gösterilmektedir.

**Tablo 1: Ülkelere Göre Kırsal Alan Tanımları:**

Ülkeler	Kırsal Alan Tanımı	Kaynak
Avustralya	5000’den az nüfus.	Sharpley J. and Sharpley, 1997
Danimarka, Norveç, Hindistan, İtalya, İspanya, İsviçre,	10000’den az nüfus.	Chanchani, 2006
Türkiye	20000’den az nüfus.	DPT, 1982 ve IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı.
İskoçya	km <sup>2</sup> başına 100 kişiden daha az olan yerel otorite bölgeler.	Şerefoğlu, 2009. OECD, 1998, s.22.
İrlanda	Toplam kırsal alan ayırımını en fazla 100 yerleşim yeri ve 1500 kişiden az olan yerler.	
Avusturya, Kanada, Yeni Zelanda	1000 kişiden daha az olan yerler.	
Yunanistan	2000 yerleşimciden daha az olan yerler.	OECD, 1998, s.22.

Ülkelere göre kırsal turizm tanımları ile ilgili literatür incelendiğinde burada da bazı farklılıkların olduğu Tablo 2’de görülmektedir.

**Tablo 2: Ülkelere Göre Kırsal Turizm Tanımları:**

Ülkeler	Kırsal Turizm Tanımı	Kaynak
Finlandiya	Uzak mekanlarda yer alan kulübelerin ziyaretçilere kiralanması.	Gürer, 2003
Macaristan	Sadece köylerde gerçekleştirilen yöreye özgü konaklama.	Gürer, 2003
Hollanda	Rotası belirlenmiş aktivitelere katılmak (Örn: Ata binmek, çiftliklerde kamp yapmak.)	Gürer, 2003
Yunanistan	Geleneksel mobilyalarla döşenmiş odalarda konaklamak ve ev yapımı ürünlerle geleneksel biçimde beslenme.	(Gürer, 2003), (Özkan, 2007).
Fransa	Kırsal alanlarda yaşamı paylaşma.	(Kiper, 2006). (Soykan,2006).
İtalya	Doğayla bütünleşme, sessizlik, manzara güzellikleri, yeni arkadaşlıklar kurmak ve geleneklere geri dönüş.	(Cavaco’dan 1995 aktaran, Kiper, 2006).
Türkiye	Kırsal alanlarda yöresel yiyecek, el sanatları gibi folklorik değerlerin üretimi ve tanıtımını ön planda tutan bir turizm türü.	Gürer, 2003

#### 4.2. Bazı Dünya ve AB ülkelerinin Kırsal Alanlardaki Nüfus Değişimlerinin Analizi ve Önemi

Dünya Bankası’nın raporlarından elde edilen veriler doğrultusunda kırsal turizmin gelişmiş olduğu ülkelerle, gelişme yaşanmayan ülkelerin 1980 yılı ile 2015 yılı verileri karşılaştırılarak bunun sonucunda kırsal alanlardaki yaşanan nüfus değişimleri Tablo 3 ve 4’te ortaya konmaya çalışılmıştır. Şu açıktır belirtmelidir ki sanayileşme ile birlikte tüm dünya’da köyden-kente bir göç akımı olmuştur. Bu çalışma da; Dünya ve Avrupa kırsal nüfus oran değişimi ortalama olarak temel alınmış olup bu oranlara ve literatür verilerine göre analiz yapılmıştır. Diğer bir deyişle Dünya Bankası’nın raporlarından elde edilen veriler incelendiğinde neredeyse tüm ülkelerde kırsal nüfus oranı (oransal olarak 1980/2015) azalma göstermiş olup, bu çalışmada ortaya konmaya çalışılan Dünya ve Avrupa ortalaması temel alınarak bu ortalamaya göre ülkelerin ne durumda oldukları ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada ortalamanın altında kalan ülkelerde turizmle ilgili neler yapıldığı, ortalamanın üzerinde kalan ülkelerin de durumları analiz edilerek neler yapıлып, yapılmadığı, bu duruma etki eden diğer sebeplerin neler olabileceği ve kırsal turizmin gelişimi için neler yapılması gerektiği ortaya konmaya çalışılmıştır.

Tablo 3 incelendiğinde Arap dünyasında yaşanan istikrarsızlıklar (Körfez Savaşı, Irak İşgali, İsrail-Filistin arasında yaşanan savaşlar ve gerilimler, Arap Baharı, Süren iç karışıklıklar ve Birçok Terör Örgütü’nün varlığı), siyasi rejim, güvenlik, ekonomik kaygılar, eğitim ve turizmin az gelişmiş veya gelişmemiş olması kırsal nüfus oranının %55’ten % 42’ye düşmesinde etkili olabileceği söylenebilir. Bunun yanı sıra birçok etken söylenebileceği gibi, Arap Dünyası’nda kırsal nüfusun arttığı da (73,625,082) gözlemlenmiştir. Amerika kıtası ile ilgili (OECD,1994), raporu incelendiğinde raporda: "Alpler ve Amerikan ve Kanada Rockies dağları yapılan demiryolu yatırımları bu kıtada kırsal turizmin ilk öncüleri sayılabileceği belirtilmiştir. Öte yandan Amerika’nın Wyoming, Montana ve Idaho eyaletlerinde kırsal turizmle uğraşan işletmelerin sayısı 1985 yılında 5 iken 1992 yılında 90’a ulaştığı (Aydın, 2012, s.40), Fakat 90’lı yıllardan sonra kırsal alan nüfusunda azalmanın söz konusu olduğu görülmüştür. Amerika’daki kırsal nüfus değişimi dünya genelindeki nüfus değişimi oranının (-%15) altında kalmıştır.

Yapılan bu çalışmaların bunda etkili olduğu söylenebileceği gibi bunun dışında da (tarım, hayat standartları, ekonominin iyi olması vb.) bazı etkenlerin olabileceği söylenebilir. Afganistan'da kırsal nüfus artmış; kırsal nüfus oranı ise azalmıştır. Savaşların (1979-1988 Sovyet-Afgan Savaşı, 2001- Afganistan Savaşı) etkisi, kentlerin çok gelişmemiş olması, eğitim faaliyetleri eksikliği vb. sebepler kırsal alanlarda ki kırsal nüfus değişimi dünya genelindeki nüfus değişimi oranının (-%15) altında olarak kalmıştır. Bu ülkelerde ki (Afganistan, Irak ve Suriye) kırsal nüfusun artışında ise, bu alanların küçük yerler olması ve belki de bunun sonucu olarak bu alanların daha güvenli olduğu algısı etkili olmuş olabilir. Bu yerlerde ki kırsal nüfus değişimleri ayrıca araştırılması ve incelenmesi gereken konulardır. Avustralya'daki Cape York Yarımadası'nın Melbourne ve Sydney kentlerinde sık sık yiyecek ve şarap olarak pazarlanan restoran destinasyonlarına talebin yüksek olması (Kivela ve Crotts, 2005) kırsal nüfus artışında etkili olmuştur. Bu tür destinasyonların varlığı ile turizmin kırsal alanlarda gelişmiş olması, kırsal nüfus oranındaki değişimin (-%3) dünya genelindeki nüfus değişimi oranının (-%15) çok altında kaldığı görülmektedir.

Brezilya'da tarımsal modernleşme Cardoso rejiminin neoliberal stratejisinin kilit parçası olmuş ve MST'nin (Topraksız Kır İşçileri Hareketi) etkisinin artışı ve köylülerin büyüyen militanlığı ile bağlantılı olarak küçük çiftçileri ve köylüleri kırlardan göçe zorlamıştır (Petras, 2002). Bunun sonucu olarak kırsal nüfus oranındaki değişimin (-%21) dünya genelindeki nüfus değişimi oranının (-%15) çok üzerinde gerçekleştiği söylenebilir. Rusya'da ise kırsal alanlarda av turizmi gelirleri önemli paya sahiptir (Duran, 2012, s.50). Rusya'ya bakıldığında da kırsal nüfus oranındaki değişimin çok yüksek (-%4) olmadığı görülmüştür.

Hindistan Turizm Bakanlığı 2002 yılında kırsal alanların sosyo-ekonomik fayda sağlaması için kırsal turizmi ülkenin birincil turizm ürünü olarak yayacağını belirtmiştir. Ve sonuç olarak kırsal alanlar turizm faaliyetlerinin önemli ölçüde gerçekleştiği yerler olmuştur. (Chanchani, 2006). Hindistan'da kırsal nüfus yaklaşık 346 milyon artmış olmasına rağmen kırsal nüfus oranı değişimi (-%10) olarak gerçekleşmiştir. Hindistan günümüzde ülkeler arasında kıyaslandığında yaklaşık 882 milyon kırsal nüfusu ile en fazla kırsal nüfusa sahip olan ülke olmakla birlikte, 1980-2015 yılları arasında kırsal nüfusta da (345,537,193) en fazla artış yaşanan ülkedir. Bu ülkede de kırsal turizmle ilgili uygulanan devlet politikasının önemli katkıda bulunduğu söylenebilir. Çin'de Sanayileşme ve Teknoloji'nin etkisi ve uluslararası yatırımlar sonucunda bu alanlarda iş bulma imkanlarının artması ile kırsal nüfus oranı (-%37) ile oldukça azalmıştır. Çin'in kırsal nüfus oranı 2000 yılının başında % 65 (Kırsal Nüfus: 815,608,155) iken 2015 yılında kırsal nüfus oranı %44 (Kırsal Nüfus: 608,629,709) olmuştur. Özellikle 2000 yılı sonrasında Çin Hükümetinin sağladığı teşvikler ve vergi kolaylıkları birçok uluslararası firmanın Çin'e gelmesini sağlamıştır. Bu politikanın sonucu olarak kentte iş bulma olanaklarının artması ile kırsal alanlardan kente doğru bir göç yaşandığı ifade edilebilir. Yeni Zelanda'da 1988 yılında toplam işletmelerin % 3'ünü oluşturan 1000 adet tarım işletmesi tarımsal faaliyete ek olarak kırsal turizme yer verilmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda turizm sayesinde çiftçilerin gelirlerinde % 13-19 arasında bir artış olduğu belirlenmiştir (Erdoğan, 2002, s.200). Yeni Zelanda'nın coğrafyası da kırsal turizmin gelişiminde etkilidir. Ayrıca bunu filmler ("Yüzüklerin Efendisi" Üçlemesi) aracılığıyla başarılı bir şekilde tanıtmışlardır. 2003 yılında yapılan araştırmada Yeni Zelanda'ya gelen turistlerin %72'sinin "Yüzüklerin Efendisi" filmini izlediği ortaya çıkmıştır (Beeton, 2005, s.116). Bunların sonucu olarak Yeni Zelanda'da kırsal nüfus oranındaki değişim (-%3) ile dünya genelindeki nüfus değişimi oranının (-%15) çok altında kaldığı görülmektedir. Meksika'ya bakıldığında 1991 yılında, tarım reformu sonucu dağıtılan küçük tarım arazilerinin satışına izin verilmiş ve günümüzde Meksika köylüleri, işlettikleri küçük arazilerin genellikle sahibi konumundadırlar (Meksika Büyükelçiliği, 2013:13). Meksika, Tayvan ve İspanya' da bazı otantik bölgelerde dikkat çekici olarak yerel halk kendi imkânlarıyla mevcut evlerine pansiyon tarzı ek yapılarla konaklama imkânı vermekte ve kendi mutfaklarında yöreye özgü yemeklerin eğitimini vermektedir. Evde yerel mutfak dersleri adındaki bu kırsal uygulama tüm mutfak severlerden yoğun şekilde talep görmekle birlikte, bu uygulama yerel

halka ek kazanç ve kendi kültürlerini tanıtmaya imkânı sağlamıştır. Bu etkinliğin gerçekleştirildiği bölgelerdeki halkın yaşam standartları yükselmiş, yaşadıkları yerlere daha fazla önem verilmiştir. Ayrıca gelen misafirlerin kültürleriyle kaynaşmış yeni tecrübeler elde etmişlerdir (Kesici, 2012). Günümüzde Meksika’da kırsal nüfus yaklaşık 3 milyon artmış olmasına rağmen kırsal nüfus oranı değişimi (-%13) olarak azalmıştır.

**Tablo 3: Bazı Ülkelere Göre Kırsal Alanlarda Yaşayan Kişi Sayıları ve Kırsal Nüfus Oranları (1980-2015).**

Ülkeler	1980	2015	Kırsal alanlarda yaşayan kişi sayısı değişimi (1980/2015)	Değişim	Toplam nüfus içinde kırsal nüfus oranı (1980) %	Toplam nüfus içinde kırsal nüfus oranı (2015) %	Toplam nüfus içinde Kırsal nüfus oran Değişimi (2015/1980) %
<b>Dünya</b>	2679220661	3378269450	699048789	+	61	46	<b>-15</b>
<b>Arap Dünyası</b>	91723308	165348390	73625082	+	55	42	-13
<b>Amerika</b>	59673829	59086422	-587407	-	26	18	-8
<b>Afganistan</b>	11139730	23840994	12701264	+	84	73	-11
<b>Avustralya</b>	2092141	2515334	423193	+	14	11	-3
<b>Brezilya</b>	42198008	29749217	-12448791	-	35	14	-21
<b>Rusya Fed.</b>	42049135	37453643	-4595492	-	30	26	-4
<b>Hindistan</b>	536183618	881720811	345537193	+	77	67	-10
<b>Çin</b>	791287529	608629709	-182657820	-	81	44	-37
<b>Yeni Zelanda</b>	515870	630346	114476	+	17	14	-3
<b>Meksika</b>	23337499	26361155	3023656	+	34	21	-13
<b>Irak</b>	4707541	11119698	6412157	+	34	31	-3
<b>Suriye</b>	4772915	7834662	3061747	+	53	42	-11
<b>Türkiye</b>	24683835	20927471	-3756364	-	56	27	-29

(Kaynak: The World Bank, 2016a ve 2016b ve 2016c’den derlenmiştir).

Türkiye’de ise yöresel zenginliği bulunan kırsal destinasyonlar sayıca fazla olduğu halde kırsal turizm henüz yaygınlaşmış ve kurumsallaşmış bir turizm çeşidi değildir. Kentlere yakın olan kırsal alanlarda gününbirlik rekreasyon etkinlikleri dikkat çekerken, kırsal yerleşimlerde konaklamalı etkinliklere nadiren rastlanmaktadır (2. Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu, Sonuç Bildirgesi, 2012). Bu durum Türkiye’de kırsal nüfus oranındaki değişimin (-%29) dünya genelindeki nüfus değişimi oranının (-%15) çok üzerinde gerçekleşmesine sebep olmuştur. Bu oranla Türkiye (-%29) tüm Avrupa ülkeleri ortalamaları üzerinde olmakla birlikte incelenen ülkeler içerisinde Çin’den (-%37) sonra en fazla kırsal nüfus oranının azalma gösterdiği ülke olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ülkenin doğu kısımlarından daha yoğun nüfuslu ve ekonomik olarak gelişmiş Batı kısımlarına doğru istikrarlı bir göç söz konusudur. 2013 yılında İstanbul, Ankara, İzmir, Antalya, Bursa ve komşu illerini kapsayan sekiz il 208,484 kişilik net bir göç alırken Adana, Hatay, Sivas, Niğde, Trabzon, Erzurum, Kars, Elazığ, Van, Diyarbakır, Mardin’i kapsayan on bir il 167,203 kişilik bir dış göç vermiştir. Göç eğilimi genellikle doğudan batıya olsa da nüfus kaybına uğrayan kimi batı illeri ve nüfus alan kimi doğu illeri de mevcuttur. Bunun yanı sıra bölge içi kırsal alandan kente göç de seneler boyu azalan kırsal nüfus ve artan kent nüfusunun

bir göstergesi olarak sıklıkla görülmektedir. Kırsal nüfus oranı 1980'de % 56,1 iken 2013'de % 27'ye düşmüştür (IPARD2, 2014).

Tablo 4'e bakıldığında, Avrupa Birliği'nde ki kırsal nüfus değişim oranı (-%6) Dünya ortalamasının (-%15) altında kalmıştır. Bunun sebebi olarak kırsal turizm politikaları ve yapılan olumlu düzenlemeler etkili olmuştur. Bazı kırsal alanların Avrupa'nın en dinamik alanları olduğu görülmekte, bunlar ülke ortalamasından yüksek büyüme gerçekleştirmekte ve istihdam yaratmakta başarılı olmaktadır.

Avrupa'da bu gibi bölgelerin ortak özellikleri İncelendiğinde ise:

Paylaşılan bir bölge kimliği ve sosyal uyum,  
Arzu edilen hedef noktalar etrafında odaklanma,  
Girişimci ortam,  
İyi eğitim düzeyi,  
Diğer komşu alanlarla işbirliği,  
Çekici bir kültürel ve doğal çevre,

Avrupa'nın diğer kırsal alanları ile kurdukları işbirliği ile uygun bilgiye ulaşma imkânı olarak ortaya çıkmaktadır (Rural Developments, 1997).

Kırsal Kalkınma tedbirlerinin uygulanmasında her ülkenin öncelikleri farklıdır. Örnek olarak, Hollanda, Almanya ve İngiltere bu tedbirler yolu ile elde ettikleri kaynakları kırsal altyapıyı ve köyleri yenilemek üzere kullanırken, İspanya, İtalya ve Fransa gibi ülkelerde iktisadi faaliyet çeşitlendirilmesi ve KOBİ'lere destek daha baskındır (Rural Developments, 1997).

Tablo 4 incelendiğinde İspanya ve Fransa'nın önceliklerinin farklı olmakla birlikte; iki ülkede de kırsal nüfus oranındaki değişim (-%7) ile Avrupa genelindeki nüfus değişimi oranı (-%6) ile yakın seviyede gerçekleşmiştir. Bu değişim oranının dünya ortalamasına bakıldığında çok yüksek olmadığı görülmektedir. Diğer Avrupa Ülkeleri incelendiğinde (İrlanda ve Yunanistan hariç) hepsinin nüfus değişim ortalaması Avrupa genelindeki nüfus değişimi oranının (-%6) altında gerçekleşmiştir. Bu kapsamda kırsal nüfus değişim oranının (Almanya: -%2, Birleşik Krallık: -%5, İtalya: -%2, Avusturya: -%1, Yunanistan: -%9, İspanya: -%7, İrlanda: -%8) AB ülkelerinde farklılıklar gösterdiği görülmektedir. AB ülkelerinde ki kırsal turizmle ilgili yapılanlar incelendiğinde:

Almanya, tarım sektörü ile turizm sektörü arasındaki ilişkileri, tarımın turizme getirdiği olanakları tarım sektörünün beklediği yararlarla en iyi bütünleştiren ülkelerden birisidir. Kırsal turizmin Almanya'da yaklaşık olarak 150 yıllık uzun bir geçmişi olup, 1873 yılında hizmetçiler ve 1914 yılında beyaz-yakalı olarak tabir edilen işçiler için mükafat tatillerinin uygulanması sonucu turizm orta gelirli vatandaşların yaşamının bir parçası haline getirilmiştir. Bu kişiler tatillerini kentlere yakın tepelik alanlarda kurulmuş köy ve kasabalardaki küçük otellerde ya da çiftliklerde konaklayarak geçirmişlerdir (Aydın, 2012, s.42). İngiltere'de kişilerin kırsal turizm ve günübirlik kırsal rekreasyonel etkinliklere katılma oranı çok yüksektir. 1991 yılı rakamlarına göre, her dört İngiliz'den üçü, kısa ya da uzun tatillerinde (boş zamanlarında) kırsal alanlara gitmiştir. Kırsal turizmde çiftliklerin kullanılması hayli yaygındır. 1990 yılında bu oran % 20'dir. Çiftliklerin % 9.5'i tam konaklama hizmeti vermekte, % 5.5'i boş zaman etkinlikleri sunmakta ve % 4.5'inde ise binicilikle ilgili hizmetler verilmektedir. İngiltere'de kırsal alanlarda gerçekleştirilen bir diğer turizm türü de akarsu turizmidir. Ayrıca, İskoçyalılar çok sayıda ulusal ve bölgesel doğa parkını yeşil turizme açarak, hafta sonu yürüyüşçüleri ya da kısa süreli konaklamaya gelenler için sınırsız olanaklar sunmaktadır (Soykan, 2000). Birleşik Krallık'ta kırsal nüfus çiftliklerin turizme açılması ve halkın da kırsal etkinliklere katılma oranının yüksek olması sebebiyle fazla bir değişime uğramadığı söylenebilir. Soykan'a (2001) göre İtalya'da kırsal turizmin başarıya ulaşmasındaki yerel örgütlenme, özel sektör ile devlet arasında işbirliği, pazarı iyi tanıma, eğitim ve danışmanlık hizmeti, özel ürünler oluşturma, nitelikli sunum, çevre kalitesine önem verme ve nitelikli entegre yönetim gibi unsurlar önemlidir. Ayrıca 1980'li yılların sonlarına doğru yeşil turizmin içinde tarım turizmi de gelişmiştir. Örnek olarak; Emilie Romagne'da, çiftliğin coğrafi konumu nedeniyle bağıcılığın geliştiği bir yörede ve sanatsal-

tarihsel kaynakları zengin yerleşmeler yakınında yer alması nedeniyle tarımsal turizm yapılmaya başlanmıştır. Genel olarak; İtalya'nın Alto Adige/Bolsano, Tuscany, Umbria, Puglia gibi farklı bölgelerinde de yapılan tarımsal turizm, çiftlik ürünlerini en iyi biçimde değerlendirme aracı olarak görülmüştür (Soykan 2000). İtalya'da turizmin kırsal alanlarda gelişmesinin kırsal nüfus oranını koruduğu, köyden kente göçü büyük oranda engellediği ifade edilebilir.

**Tablo 4: AB Ülkeleri'nde Kırsal Alanlarda Yaşayan Kişi Sayıları ve Kırsal Nüfus Oranları (1980-2015).**

Ülkeler	1980	2015	Kırsal alanlarda yaşayan kişi sayısı (1980/2015)	Değişim	Toplam nüfus içinde kırsal nüfus oranı (1980) %	Toplam nüfus içinde kırsal nüfus oranı (2015) %	Toplam nüfus içinde Kırsal nüfus oran Değişimi (2015/1980) %
<b>Avrupa Birliği</b>	14422857	12843789	-15790668	-	31	25	<b>-6</b>
<b>Fransa</b>	14785950	13682357	-1103593	-	27	20	-7
<b>Almanya</b>	21260046	20146340	-1113706	-	27	25	-2
<b>Yunanistan</b>	2956103	2380463	-575640	-	31	22	-9
<b>İrlanda</b>	1524395	1705876	181481	+	45	37	<b>-8</b>
<b>İtalya</b>	18826343	18870535	44192	+	33	31	-2
<b>İspanya</b>	10187536	9479075	-708461	-	27	20	-7
<b>Birleşik Krallık</b>	12118256	11339263	-778993	-	22	17	-5
<b>Avusturya</b>	2612783	2930525	317742	+	35	34	-1
<b>Çek Cumhuriyeti</b>	2558840	2849673	290833	+	25	27	2

(Kaynak: The World Bank, 2016a ve 2016b ve 2016c'den derlenmiştir).

Avusturya ise, kırsal turizmin Avrupa'da en iyi şekilde organize edilerek yürütüldüğü ülkelerin başında gelmektedir. Bu alanda çalışan örgütlerden birisine örnek olarak, 36 köyü içine alan "yeşil köyler" örgütü verilebilir. Yeşil köyler çatısı altındaki köylerin hepsi belirli standartlara göre seçilmiştir. Ekolojik standartlar (hava kalitesi ve gürültü, birinci kalitede içme suyu, bisiklet parkurları, tarım ve ormancılığın gelişmiş olması, yerel çiftlik ürünlerinin satışı, boş zaman etkinliklerinin çevre dikkate alınarak planlanması vb.), mimari standartlar (maksimum 3 kat, eski ve yeni konutların uyumu vb.), sosyal ve turistik standartlar (köy nüfusunun en çok 1500 kişi olması, ikinci konutlar oranının % 25'i geçmemesi, büyük oteller yerine küçük oteller, turizmi seven köy toplumu, turistlerin gereksinimlerini karşılayacak alt yapı vb.) dir (Williams & Shaw 1996). Avusturya'da kırsal turizmin iyi bir biçimde organize edilmesi, kırsal nüfusun azalmamasında etkili olmuştur. Kırsal Kalkınma Programlarından Tarım ve Kırsal Kalkınma Özel Katılım Programı SAPARD (Special Accession Programme for Agriculture and Rural Development) ile Katılım Öncesi Kırsal Kalkınma Yardım Aracı (IPARD) Uygulamalarından yararlanmış olan ve 8 SAPARD ajansı bulunan ve Merkezi Avrupa Dağları 2 içerisinde yer alan Çek Cumhuriyeti (Can ve Esengün 2007; Duran, 2012) 290 bin kadar kırsal nüfus artışı ve (%2) kırsal nüfus oranı yükselişi konusunda Avrupa ülkeleri içerisinde kırsal nüfus oranını en iyi koruyan ülke konumundadır. Bu programlarla birlikte Çek Cumhuriyeti kırsal nüfusu muhafaza etme konusunda ayrıca incelemesi gerekli bir ülkedir. Yunanistan'da ise son yıllarda baş gösteren ekonomik problemlerin ve kriz ortamının kırsal alanlardan şehre göçü tetiklediği söylenebilir. Yunanistan incelenen AB ülkeleri içerisinde kırsal nüfus oranının (-%9) en fazla azaldığı ülkedir. İspanya'da da Fransa'da olduğu gibi iktisadi



faaliyet çeşitlendirilmesi ve KOBİ'lere destek daha baskındır (Rural Developments, 1997). Diğer Avrupa ülkeleri ile karşılaştırıldığında Yunanistan (-%9) kadar olmasa da kırsal nüfus değişim oranı biraz daha (-%7) yüksektir. Diğer bir yandan İspanya'nın kırsal nüfus değişim oranı Avrupa genelindeki nüfus değişimi oranının (-%7) üzerindedir. İspanya'da kırsal alanda karşılaşılan hızlı nüfus kaybını önlemek ve kırsal alandaki nüfusu sürdürülebilir bir seviyede tutmak için kırsal turizmin hızlı bir biçimde kabul edilmesi ve yeni kırsal ekonomi Avrupa'nın diğer kısmında olduğu gibi aile işletmelerine dayandırılması ve kırsal turizmle birlikte çiftlik etkinliklerinin ve kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda İspanya kırsal turizmdeki gelişimini son 30 yıl içerisinde gerçekleştirmiş olup 1994 yılında 1074 olan kırsal turizm işletmesi, her yıl artarak 2003 yılında 6534'e ulaşmıştır (Soykan, 2006; Aydın, 2012, s.42).

Son olarak İrlanda'ya bakıldığında; Gastronomi turlarının yoğunlaştığı ülkelerden birisinin İrlanda olması ve İrlanda'nın geniş kırsal alanları ve tepeleri kırsal alanların kalkınmasında etkili olmuştur. (Kesici, 2012, s.35; Martab, 2012, s.13). Her ne kadar İrlanda'da kırsal nüfus oranı azalmış (-%8) olsa da kırsal nüfusun ise arttığı (+ 181481) görülmektedir

Diğer bir taraftan Dünya Turizm Örgütü (2016:6) istatistikî verileri ile Dünya Bankasının (1980-2015) kırsal nüfus istatistikleri incelendiğinde; sırasıyla en fazla turist çeken ilk 10 ülke olan Fransa, Amerika, İspanya, Çin, İtalya Türkiye, Almanya, Birleşik Krallık, Meksika ve Rusya'ya bakıldığında, bu ilk 10 ülke içerisinde (Çin ve Türkiye) hariç diğer 8 ülkenin kırsal nüfus değişim oranı dünya genelindeki kırsal nüfus değişimi oranının (-%15) çok altında gerçekleşmiştir.

İncelenen gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler dışında Dünya Bankası kırsal nüfus istatistiklerine bakıldığında, tüm dünya ülkeleri içerisinde kırsal nüfus oranlarını 1980 yılına göre artıran ülkelerin: Andora, Antigua and Barbuda, Ermenistan, Aruba, Barbados, Belize, Estonya, Polonezya Adaları, Guyana, Kazakistan, Kırgızistan, Lihtenştayn, Mauritius, Batı Pasifik Adaları, Samoa, Sri Lanka, Saint Kitts ve Nevis, Saint Lucia, Tacikistan, Trinidad ve Tobago ve Özbekistan olduğu belirlenmiştir. Bu ülkelerde kırsal nüfus oranının %1 ile 11 arasında arttığı tespit edilmiştir (The World Bank, 2016a ve 2016b). Bu ülkelerin bir kısmını ada ülkeleri oluşturmakla birlikte, bu ülkelerin ortak özelliği gelişmemiş veya az gelişmiş ülke olmalarıdır.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kırsal alan ve kırsal turizmle ilgili tanımlar incelendiğinde mutabık kalınan tek bir tanımın olmadığı belirlenmiştir. Bunun sebebi hem uzmanlar hem de ülkeler arasında kırsal alan ve kırsal turizm tanımlamaları hususunda ortak bir görüşün olmayışından kaynaklanmaktadır.

Yapılan araştırmalarda kırsal alan tanımlamalarına bakıldığında; Türkiye'de 20000'den az nüfusa sahip olan yerler kırsal alan olarak tanımlanırken, diğer ülkelerde ise (Danimarka, Norveç, Hindistan, İtalya, İspanya, İsviçre, Avustralya, İrlanda, Avusturya, Kanada, Yeni Zelanda, Yunanistan) kırsal alanlar daha küçük nüfuslu (<10000) alanlar olarak tanımlanmaktadır.

Kırsal turizm tanımlamalarına bakıldığında ise Türkiye'deki tanımlamalarda "Geleneklerin yaşatılması" kısmının eksik kaldığı görülmektedir. Yunanistan'da yapılan kırsal turizm tanımlamalarında ise bunu görmek mümkündür. Yazarların aktardığı gibi; Yunanistan'da kırsal turizm, "Geleneksel mobilyalarla döşenmiş odalarda konaklamak ve ev yapımı ürünlerle geleneksel biçimde beslenme" (Gürer, 2003;Özkan, 2007) olarak tanımlanmıştır. Geleneklerine bağlı bir toplum olarak Türkiye'de ki kırsal turizm tanımlamalarında da geleneklere vurgu yapılması ve aynı zamanda geleneklerin canlı tutularak yaşatılmasını sağlamak ayrıca önem arz etmektedir.

Dünya ve Avrupa ülkeleri incelendiğinde, kırsal turizmde ilerlemiş ve kırsal nüfus oranlarını dünya ortalamasına göre koruyan ülkelerin genelde Avrupa ülkeleri (Almanya,

Birleşik Krallık, İtalya, Avusturya) olduğu bununla birlikte Avustralya, Rusya Fed., Yeni Zelanda gibi ülkelerin de bu kapsamda örnek model olduğu söylenebilir.

Cai ve Li'ye (2009, s.751) göre, 1994-1999 yılları arasında Avrupa kalkınma fonlarından 7,3 milyar Euro'nun kırsal bölgelerde turizmi geliştirmek için kullanıldığı tahmin edilmektedir. Diğer bir yandan, Avrupa'da kırsal turizm kapsamında 200 bin kayıtlı işletme ve 2 milyon yatak kapasitesi bulunmaktadır. Yıllık 12 milyar Euro turizm geliri oluşturmaktadır. Çarpan etkisiyle birlikte bu gelir 26 milyar Euro'ya kadar çıkmaktadır. Kırsal turizm, 500 bin kişiye istihdam oluşturmaktadır. Örneğin İngiltere'de kırsal turizmin yıllık miktarı 14 milyar dolar olup 380 bin kişiye istihdam oluşturmaktadır (Dettori vd., 2004, s.4). Bu durum kırsal nüfus oranlarını ortalamalara (Dünya: -%14, Avrupa: -%6) göre iyi biçimde koruyan Avrupa ülkelerinin (Almanya, Birleşik Krallık, İtalya, Avusturya) tesadüfi olarak korumadığını, bu kapsamda yapılmış yatırımların ve çalışmaların büyük oranda etkisi olduğunu söyleyebiliriz.

Türkiye'de ise kırsal alanda yaşayanların tarım dışı istihdam olanakları oldukça kısıtlı olup, çalışanların sadece %37,4'ü tarım dışı sektörlerde çalışma imkânı bulmaktadırlar. Kırsal kadının tarım dışında iş olanağı yok gibidir. Kırsal alanda tarımda istihdam edilen kadınların çoğunun ücretsiz aile işçisi, erkeklerin de kendi hesabına çalışıyor olması, bu sektörde çalışanların %85 gibi büyük bir çoğunluğunun sosyal güvenlikten yoksun olması sonucunu doğurmaktadır. Kırsal alanda tarım dışı iş olanaklarının sınırlı olması ve sektörün kendi kısıtları nedeni ile kırsal alanda yoksulluk yaygın durumdadır. Nitekim 2008 yılında Türkiye genelinde yoksul hanelerin oranı %13,52 iken, kırsalda yoksul hanelerin oranı %29,83'e çıkmaktadır (Olhan, 2011, s.3). TÜİK verilerine göre, 1927 yılında %76 olan köy nüfusu, 2007 yılında %30'a düşmüştür. 2012 yılı verilerine göre ise 58,4 milyon kişi yani toplam nüfusun %77,3'ü şehirlerde yaşamaktadır (TÜİK, 2012). Dünya Bankası istatistiklerine göre ise Türkiye nüfusunun %73'ü şehirlerde yaşamaktadır (The World Bank, 2015b). Diğer bir taraftan Eren ve Aypek (2012) tarafından Cumalıkızık Köyü'nde gerçekleştirilen çalışmada; katılımcıların neredeyse yarısının (%43,5) turizm sektöründe çalışan bir yakının olduğu ve %20'sinin ise turizm sektöründe çalıştığı tespit edilmiştir. Bu durum kırsal alanda yaşayanların tarım dışı istihdam olanaklarını çeşitlendirme ve artırma açısından kırsal turizmin kırsal alanlarda önemini ortaya koyan bir çalışmadır. Türkiye açısından kırsal alanlardaki tarım dışı istihdam olanaklarının artırılması ve çeşitlendirilmesi kapsamında kırsal turizm faaliyetleri önem arz etmektedir. Bu kapsamda Türkiye açısından kırsal alanlarda kırsal turizm faaliyetleri ile ilgili yatırım, teşvik ve projelerin geliştirilmesi ve özendirilmesi; kırsal alanlarda yoksul hanelerin oranını düşürme açısından bir fırsat olarak görülebilir.

Çalışma sonucunda:

- Savaşların ve istikrarsızlığın olduğu ülkelerde kırsal alanlardaki nüfusun artmasına rağmen, kırsal nüfus oranının ise azaldığı (Afganistan, Irak, Suriye, Arap Dünyası).

- Kırsal alanlara öncelik verilmeyen veya önceliği farklı olan ülkelerde de (Sanayileşme, iktisadi faaliyet çeşitlendirilmesi,) kırsal alanlardaki nüfusun korunamadığı ( Çin ve Kısmen İspanya, Fransa Türkiye ).

- Kırsalda yoksul hane oranının yüksek olduğu ve tarım dışı iş olanaklarının sınırlı olduğu ülkelerde kırsal alanlardaki nüfusun korunamadığı (Türkiye) ortaya çıkmıştır. Giannakis'in (2014) çalışması da bu sonucu destekler niteliktedir. Yazar çalışmasında; günümüzde kırsal alanların ekonomilerinin tarım ve ormancılığa bağlı olarak yeterli düzeyde gelişemeyeceğini ve bu sektörlerin turizm sektörü ile desteklenmesi gerektiğini savunmaktadır. Ayrıca Kıbrıs'ta gerçekleştirdiği bir çalışmada da; kırsal alanların ekonomik, sosyal ve çevresel anlamda kalkınması için turizmin önemli bir kaldıraç görevi üstlendiği sonucuna ulaşmıştır.

Göç teorileri ve çalışmaları; ekonomik, sosyal ve çevresel faktörlerin göçler üzerinde itme ve çekme etkisi oluşturduğu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Başka bir ifadeyle kırsal alanlardaki yaşam kalitesinin artırılması kırsal alanlara tersine göçü arttıracak önemli bir unsurdur (Gössling ve Schluz, 2005). Bu bağlamda çalışma kapsamında elde edilen veriler incelendiğinde kırsal turizmin gelişmiş olduğu ülkelerde, kırsal nüfusun genelde arttığı, kırsal alan nüfus

değişim oranının ise çok düşük seviyede (-% 1 ile 4 arasında) kaldığı ortaya çıkmıştır. Bu çalışma sonucunda görülmüştür ki kırsal turizm, köyden kente göçü engelleyen veya yavaşlatan ve tersine göç akımını başlatan unsurlardan bir tanesidir. Stefan (2006) çalışmasında, turizm olgusuyla birlikte kırsal alanlara doğru bir yer değiştirme sürecinin olduğunu ve bu süreci insanların kırsal alanlarda ikinci konut olarak gerçekleştirdiğini ifade etmektedir.

Çalışmanın sonucunu destekleyici bir başka çalışmada Smith (1989) tarafından gerçekleştirilmiştir. Yazar çalışmasında, kırsal turizm alanlarındaki nüfus yoğunluğunun büyüme eğiliminde olduğunu ayrıca 84 kırsal alanın 65'inde 1970 ve 1980 yılları arasında Amerika Birleşik Devleti'ndeki en büyük nüfus artışının yaşandığını hatta kırsal alanlardaki artış hızının kentsel alanlardaki artış hızından daha fazla olduğunu ifade etmiştir. Başka bir çalışmada da; Turizm sektörünün nüfus artışı üzerindeki etkisini bir ada ülkesi olan Galapagos'ta görmekteyiz. Wilen vd. (2000) tarafından yürütülen çalışmaya göre adadaki nüfus artışının yaklaşık üçte ikisi turizmin tetiklediği göç hareketlerinden oluşmaktadır.

Bu çalışmada kırsal nüfus değişimleri turizmle ilgili literatür ve uzman görüşleri kapsamında irdelenmeye çalışılmıştır. Bunun dışında nüfus hareketlerinin tek sebebinin bu olmadığı, diğer ilgili tüm konuların yapılacak farklı çalışmalarda (Ekonomik sebepler, Savaşlar, Sosyal değişim, Sanayileşme vb.) ayrıca araştırılması ve incelenmesi önem arz etmektedir.

İlgili literatür ve çalışma sonucunda; kırsal alanlarda, kırsal turizmin geliştirilmesi kapsamında söylenebilecek öneriler ise şu şekildedir: (Soykan, 2001, 2006; Aydın, 2012; Chanchani, 2006; Wilson vd. 2001; Rural Developments, 1997; Ulusal Teknik Ekip, 2011).

- Kırsal Kalkınma tedbirlerinin hızlı bir biçimde uygulamaya konulması,
- Kırsal altyapı ve köylerin yenilenmesine yönelik çalışmaların başlatılması,
- Kırsal alanlarda tarım dışı istihdam olanaklarını artırmak için özellikle gençler ve kadınlar için eğitim düzeyinin yükseltilmesi ve tarım dışı faaliyetlerde istihdam imkânlarının artırılması,
- Eğitim fırsatlarının yaratılması,
- Kırsal alanlarda farklı turizm çeşitlerinin araştırılarak en uygun turizm çeşidine karar verilmesi ve teşvikler sunulması,
- Bileşik turizm ürününün geliştirilmesi,
- Yerel liderlik yapısının oluşturulması,
- Yerel yönetimin katkısı ve katılımının sağlanması,
- Yerel liderler ile girişimciler ve işadamları arasında koordinasyon ve dayanışmanın oluşturulması,
- Turizm gelişimi ve tanıtımı için teknik ve bilgi sistemleri desteği ile birlikte, yaygın yerel halk desteğinin alınması,
- Tanıtımlarda geleneklere ve özlenen duygulara yer verilmesi.
- Kırsal alanlarda ki yerel halktan konutlarını turizme açmak isteyenler için teşvikler verilmesi,
- Çiftliklerin turizme açılması için teşvikler verilmesi,
- Avrupa Birliği (AB) tarafından sağlanan IPARD "Instrument for Pre-accession Rural Development" fonlarının etkin olarak ve tamamının kullanımının sağlanması ve özendirilmesi.
- Kültürel yaygınlığın genişletilmesi, zenginleştirilmesi ve geleneksel sanatların canlandırması için tedbirlerin ele alınması,
- Çiftlik etkinliklerinin ve kırsal ekonominin çeşitlendirilmesi,
- Pazarların iyi tanımlanması,
- Eğitim ve danışmanlık hizmeti verilmesi,
- Eğitim düzeyinin iyileştirilmesi,
- Özel ürünler oluşturması,
- Ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, ulaşım olanaklarının artırılması,
- Somut ve somut olmayan kültürel varlıkların belirlenmesi,

- Nitelikli sunuma önem verilmesi kırsal alan nüfusunun korunması açısından önem arz etmektedir.

## 5. KAYNAKLAR

- Akça, H., Esengün, K. ve Sayılı, M. (2001). Kırsal alanların kalkındırılmasında kırsal turizmin rolü, *Standart Dergisi*, 40(470): 29-35, Ankara.
- Akça, H., Sayılı, M., Esengün, K. (1999). *Rural development, rural tourism and environment*, 1st International Symposium on Protection of Natural Environment and Ehrami Karaçam, 23-25 th September 1999, Kütahya, TURKEY.
- Akyol, C., (2012). Kırsal turizmde ev pansiyonculuğu modeli ve Karadeniz örnekleme Artvin, *International Journal of Social and Economic Sciences 2 (2)*: 79-83.
- Anonim 1987'den Aktaran: Esengün, K. Akça H. ve Sayılı, M. (2002). *Dağlık ve ormanlık alanlarda kırsal turizm faaliyeti ve sürdürülebilir kırsal kalkınma*, I. Ulusal Ormancılık kooperatifleri Sempozyumu, 22-23 Mart, Kastamonu.
- Aydın, O., (2012). AB'de kırsal turizmde ilk 5 ülke ve Türkiye'de kırsal turizm, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (23)*, ISSN: 1309-9132.
- Beeton, S., (2005). *Film induced tourism*, London: Channel View Publications.
- Cabrini, L.,(2004). *Rural tourism in europe*, european congress on rural tourism, 2-3 October 2003, Jaen, Spain.
- Cai, L. A. & Li, M. (2009). Distance-segmented rural tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, (26). (Available online at: <http://www.tandfonline.com/loi/wttm20>) Retrieved on August 07, 2016.
- Can, M., & Esengün, K. (2007). Avrupa birliği kırsal kalkınma programlarının Türkiye'nin kırsal kalkınması açısından incelenmesi: SAPARD ve IPARD Örneği, *GOÜ. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 24 (2), s.43-56
- Chanchani, A., (2006). EQUATIONS, originally drafted for her masters degree at Lancaster University, UK (04-05), and currently modified for circulation at the 'National Workshop on Endogenous Tourism Project – RuralTourism' organised by UNDP/ Ministry of Tourism at Delhi, 6-7 June.
- Çetiner, E. (1998). *Turizmde bölgesel kalkınma, verimlilik ve kaynakların etkin kullanımı*. 1. Turizm Şurası, Turizm Bakanlığı, Ankara
- Davidson, R.,(1992). *Tourism in Europe*, Pitman, Paris.
- Dettori, D. G., Paba, A. & Pulina, M. (2004). *European rural tourism: Agrotouristic firms in Sardinia and their life cycle*. Working Papers. Centro Ricerche Economiche Nord Sud, Università di Sassari, Sardinia, ITALY. (3), CUEC. [Available online at: <http://ideas.repec.org/p/cns/cnscwp/200403.html>] Retrieved on June 17, 2016.
- Doğan, S. (2007). *Turizmin bölgesel kalkınmaya sağladığı katkılar ve Göller Bölgesi uygulaması*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- DPT (1982), Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, [Çevrim-içi: [www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/5502/YP-1982.pdf](http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/5502/YP-1982.pdf)] Erişim Tarihi: 10.04.2016.
- Duran, C., (2012). Türkiye de dağlık alanların kırsal turizm açısından önemi, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22)*.

- Dünya Turizm Örgütü (2016). UNWTO Tourism highlights, [Available online at: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>] Retrieved on November 09, 2016.
- EC (1999). Towards quality rural tourism. brussels: enterprise directorate general tourism unit. [Available online at: [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/towards\\_quality\\_tourism\\_rural\\_urban\\_coastal/iqm\\_coastal\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/towards_quality_tourism_rural_urban_coastal/iqm_coastal_en.pdf)] Retrieved on July 10, 2016.
- Egbalı, N., & Nosrat A. B. (2011). Effects of positive and negative rural tourism (Case study: Rural Semnan Province). *Journal of Geography and Regional Planning*, 4.2, 63.
- Erdoğan, S. (2002). Kırsal kalkınmada kırsal turizmin rolü. *Türk İdare Dergisi*. [Çevrim-içi: [www.tid.gov.tr/Makaleler/SERDOG.DOC](http://www.tid.gov.tr/Makaleler/SERDOG.DOC)] Erişim Tarihi: 10.06.2016.
- Eren, R. ve Aypek, N. (2012). Kırsal turizm bölgesinde yerel halkın turizmin gelişimine karşı tutumları: Cumalıkızık köyü örneği. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2).
- Giannakis, E. (2014). The role of rural tourism on the development of rural areas: The case of Cyprus. *Romanian Journal of Regional Science*, 8(1), 38-53.
- Gökçe, O. (2006). *İçerik analizi: kuramsal ve pratik bilgiler*. Ankara: Siyasal Kitabevi
- Gössling, S., & Schulz, U. (2005). Tourism-related migration in Zanzibar, Tanzania. *Tourism Geographies*, 7(1), 43-62.
- Gürer, N. (2003). *Kırsal geleneksel konut dokusunun turizm balgamında değerlendirilmesi: Cumalıkızık örneği*. Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- IPARD2, (2014). *Avrupa Birliği Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma Programı 2014-2020*, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, [Çevrim-içi: <http://www.tdk.gov.tr/Dokuman/ipard-ii-turkce-85>], Erişim Tarihi: 10.02.2017.
- Kesici, M., (2012). Kırsal turizme olan talepte yöresel yiyecek ve içecek kültürünün rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23): 33-37.
- Kiper, T. (2006). Safranbolu Yörük köyü peyzaj potansiyelinin kırsal turizm açısından değerlendirilmesi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- Kivela, J., Crotts, J. C. (2005) Gastronomy tourism: a meaningful travel market segment, *Journal of Culinary Science & Technology*, Vol. 4(2/3).
- Küçükaltan D., (1997). Trakya ekonomisi için bir bölgesel kalkınma modeli: kırsal turizm. 7. *Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi*, 1. Kitap, İzmir 20-22 Ekim, Pro-Ofset Matbaacılık, İzmir, s. 212.
- Lang 1994'ten aktaran: Chanchani, A., (2006). EQUATIONS, originally drafted for her Masters degree at Lancaster University, UK (04-05), and currently modified for circulation at the *National Workshop on Endogenous Tourism Project – Rural Tourism*, organised by UNDP/ Ministry of Tourism at Delhi, 6-7 June.
- Martab (2012). Marmaris Turizm Birliği Köyleri kırsal turizm envanteri projesi, *Pazar Analizi Raporu*, Marmaris.
- Meksika Büyükelçiliği (2013). Meksika ülke raporu. [Çevrim-içi: [https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-021563;jsessionid=BxfYgzblrbZ-kis0B9CpOY\\_FPHTOFgkskDUzF3iVXTr3alqen1vx!1150543120](https://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/uuid/dDocName:EK-021563;jsessionid=BxfYgzblrbZ-kis0B9CpOY_FPHTOFgkskDUzF3iVXTr3alqen1vx!1150543120)] Ekim, Erişim Tarihi: 12.11.2016
- Nair, V., Munikrishnan, U. T., Rajaratnam, S. D., & King N. (2015). Redefining rural tourism in malaysia: a conceptual perspective, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20:3, 314-337.
- OECD, (1994). Les strategies du tourisme et développement rural. Paris. [Available online at: [www.oecd.org/dataoecd/30/48/2755188.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/30/48/2755188.pdf)] Retrieved on July 10, 2014.
- OECD (1998), *Agricultural policy reform and the rural economy in OECD countries*, OECD, Paris

- Olhan, E., (2011) *Türkiye’de kırsal istihdamın yapısı*, FAO Türkiye temsilciliği, [Çevrim-içi: [http://www.undp.org.tr/povRedDocuments/YEM\\_Kırsal%20Istihdam.pdf](http://www.undp.org.tr/povRedDocuments/YEM_Kırsal%20Istihdam.pdf)] Erişim Tarihi: 16.05.2016
- Özkan, E. (2007). *Türkiye’de kırsal kalkınma politikaları ve kırsal turizm*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bölümler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Petras, J., (2002). *Brezilya topraksız köylü hareketi (MST), Kırdan şehire yerelden genele*, 4. Sayı. Ağustos, [Çevrim-içi: <http://www.barikat-lar.de/barikat/4/mst.htm>] Erişim Tarihi: 12.05.2016.
- Pizam, A. (1982). Tourism manpower: the state of the art. *Journal of Travel research*, 21(2), 5-9.
- Rural Developments (1997). *Avrupa Komisyonu, Tarım Genel Müdürlüğü*, Brüksel [Çevrim-içi: [http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/e406957d45fcb6c\\_ek.pdf?tipi=14](http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/e406957d45fcb6c_ek.pdf?tipi=14)] Erişim Tarihi: 20.05.2016.
- Sharpley, R. ve Sharpley, J., (1997). *Rural tourism*, An Introduction. International Thomson Business Press, London.
- Smith, M. (1989). *Behind the glitter: the impact of tourism on rural women in the southeast*. Southeast Women’s Employment Coalition. Lexington, KY.
- Soykan, F.,(1999). Kırsal turizm ve Avrupa’da kazanılan deneyim, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl: 11, Eylül-Aralık.
- Soykan, F.,(2000). Kırsal turizm ve Avrupa’da kazanılan deneyim, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Yıl:11, Mart-Haziran.
- Soykan, F. (2001). Kırsal kalkınma-kırsal turizm ilişkisi ve Avrupa’dan iki örnek: Basilicata/İtalya ve Sitia/Yunanistan. *Kırsal Çevre Yıllığı*, Ankara: *Kırsal Çevre ve Ormancılık Sorunları Araştırma Derneği Yayını*, 13-36.
- Soykan, F., (2006). Avrupa’da kırsal turizme bakış açısı ve kazanılan deneyim, *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, Bildiriler Kitabı*, 20-22 Nisan, Balıkesir.
- Stefan, M. (2006). Population development in rural Switzerland: Do sectors matter? *EconPapers, Working Paper Series No. 4*: 30710. [Available online at:<http://econpapers.repec.org/paper/agsartawp/>], Retrieved on February 10, 2017.
- Şerefoğlu, C. (2009). *Kalkınmada kırsal turizmin rolü- 2007-2013 Yılları Arasında Ülkemizde Uygulanacak Olan İpard Kırsal Kalkınma Programındaki Yeri, Önemi ve Beklenen Gelişmeler*. Tarım Ve Köyişleri Bakanlığı Dış İlişkiler Ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı. Uzmanlık Tezi. Ankara
- Tagliabue, J.,(1998). *Preserving a heritage via Bedand Barns: European Governments Subsidize Agri tourism*, New York Times (Late New York Edition), 13 August, USA.
- Tchetchik, A., Fleischer, A. & Finkelshtain, İ. (2006). Rural tourism: development, public intervention and lessons from the Israeli experience, [online] *Discussion Paper No. 12.06*. [Available online at: [http://departments.agri.huji.ac.il/economics/en/publications/discussion\\_papers/2006/index.htm](http://departments.agri.huji.ac.il/economics/en/publications/discussion_papers/2006/index.htm)] Retrieved on August 20, 2016.
- Tchetchik, A., Fleischer, A. & Finkelshtain, İ. (2008). Differentiation and synergies in rural tourism: Estimation and simulation of the Israeli market. *American Journal of Agricultural Economics*, (90). [Available online at: <http://ajae.oxfordjournals.org/content/90/2/553.full.pdf+html>] Retrieved on August 21.2016.
- The World Bank, (2016a) *Rural population*, [Available online at: <http://data.worldbank.org/indicator/SP.RUR.TOTL?end=2015&start=1980>] Retrieved on November 09, 2016.
- The World Bank, (2016b). *Rural population, (% of total population)* [Available online at: <http://data.worldbank.org/indicator/SP.RUR.TOTL.ZS?end=2015&start=1980>] Retrieved on November 09, 2016.

- The World Bank, (2016c). Agriculture & Rural Development, [Available online at: [http://data.worldbank.org/topic/agriculture-and-rural-development#tp\\_wdi](http://data.worldbank.org/topic/agriculture-and-rural-development#tp_wdi)] Retrieved on November 09, 2016.
- Torun, E. (2013). Kırsal turizmin bölge insanına katkıları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2013(1), 31-37.
- Ulusal Teknik Ekip, (2011). Herkes için insana yakışır iş: Ulusal gençlik istihdam programı ve Antalya pilot bölge uygulaması, *Birleşmiş Milletler ortak programı*, Türkiye İş Kurumu. [Çevrim-İçi: <http://www.ilo.org/public/turkish/region/eurpro/ankara/areas/uep15kasim2011son.pdf>] Erişim Tarihi: 22.08.2016.
- Wilén, J., Stewart, M., & D. Layton. (2000). *Economic analysis of the galapagos marine reserve resources management plan*, Report for the Inter-American Development Bank.
- Williams, A., Shaw, G. (1996). *Tourism, leisure, nature protection and agri-tourism: principles, Partnerships and Practice*. Exeter. [Available online at: [http://books.google.com.tr/books/about/Tourism\\_Leisure\\_Nature\\_Protection\\_and\\_Ag.html?id=rhhwHAAACA-AJ&redir\\_esc=y](http://books.google.com.tr/books/about/Tourism_Leisure_Nature_Protection_and_Ag.html?id=rhhwHAAACA-AJ&redir_esc=y)] Retrieved on August 21, 2016.
- Wilson, S., Fesenmaier, D.R., Fesenmaier, J., & Van Es, J.C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel Research*. 40. [Available online at: <http://jtr.sagepub.com/content/40/2/132.full.pdf+html>] Retrieved on May 11, 2016.
- Zaman, M., Bulut, İ. (2003). Doğu Karadeniz kıyı kesiminde kırsal yerleşmelerin dağılımında coğrafi faktörlerin etkisi, Doğu Karadeniz Bölgesinde Kırsal Alanda Ulaşım Yerleşim Sorunları ve Çözümleri Sempozyumu, Trabzon, 216- 231.
2. Ulusal Kırsal Turizm Sempozyumu (2012). *Sonuç bildirgesi*, 20-22 Eylül, Aksaray. [Çevrim-İçi: <http://www.kirsalturizm.gen.tr/sonuc-bildirgesi/Detay/29092011145538>] Erişim Tarihi: 20.05.2016.





## KIŞ TURİZMİNE KATILAN YERLİ TURİSTLERİN SEYAHAT MOTİVASYONLARI VE SEYAHAT MEMNUNİYETLERİ

### TRAVEL MOTIVATION AND SATISFACTION OF DOMESTIC TOURISTS WHO PARTICIPATE IN WINTER TOURISM

Nurettin AYAZ\*\* , Ömer Ceyhun APAK\*\*\*

**ÖZET:** Alternatif turizm kapsamında kış turizminin bölgesel bir kalkınma aracı olarak kullanılabilmesi için potansiyele sahip yörelerin turizme kazandırılması ve mevcut kış turizmi destinasyonlarının geliştirilmesi gerekmektedir. Bu araştırmada, mevcut kış turizmi destinasyonlarının geliştirilmesi bağlamında kış turizmine katılan yerli turistlerin tüketici davranışlarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla, Kayseri ilinde bulunan Erciyes Kayak Merkezi'ni kış turizmi amaçlı ziyaret eden 480 yerli turistten, Aralık 2014-Mart 2015 döneminde, anket tekniği kapsamında veri toplanmıştır. Veriler, yerli turistlerin seyahat motivasyonları (rahatlama, kendini geliştirme, huzur, sosyalleşme) ve seyahat memnuniyetleri (pist, alışveriş, güvenlik, konaklama, eğitmen, ulaşım) ilişkilendirilerek, demografik ve diğer özellikler ile karşılaştırılmıştır. Araştırma sonuçları kapsamında, kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonları ile yaş, eğitim durumu, gelir ve meslek; seyahat memnuniyetleri ile eğitim durumu, kalış süresi ve seyahat sayıları arasında anlamlı farklıklar tespit edilmiştir. Yerli turistleri kış turizmine yönelten güdüler; rahatlama, kendini geliştirme, huzur ve sosyalleşme; seyahat memnuniyetleri ise eğitmen, pist, ulaşım, güvenlik, konaklama ve alışveriş memnuniyeti öncelik sırasında olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar sözcükler:** Kış turizmi, yerli turist, seyahat motivasyonu, seyahat memnuniyeti

**ABSTRACT:** In order to use winter tourism within the context of alternative tourism as a means for regional development, existing winter tourism destinations should be developed and the potential regions should be used. This research aims to reveal the consumer behavior of domestic tourists that participate in winter tourism within the context of the development of existing destinations. With this aim, a survey was conducted on 480 domestic tourists visiting Erciyes Ski Resort between December 2014 and March 2015. The survey compared the domestic tourists' visiting motivations (relief, self-development, tranquility and socialization) with their visiting satisfaction (track, shopping, security, accommodation, trainer, transportation) and demographic characteristics. The findings reveal statistically meaningful differences between the visiting motivations of the domestic tourists and their age, education, income and professional status. The research also found a statistically meaningful difference between the tourists' satisfaction levels, education, length of stay and the number of visit. Accordingly, domestic tourists' visiting motivations are found as relief, self-development, tranquility and socialization whereas the visiting satisfactions are found as trainer, track, transportation, security, accommodation and shopping, respectively.

**Keywords:** Winter tourism, domestic tourist, travel motivation, travel satisfaction.

## 1. GİRİŞ

İnsanların bir taraftan sağlığına kavuşmak, diğer taraftan haz duymak için gönüllü olarak yaptıkları boş zaman değerlendirici eylemler olarak adlandırılan etkinlikler (Çelik, 2009), birçok destinasyonun pazarlama planlarında ve gelişiminde destekleyici bir figür olarak öne çıkmakta ve turist motivasyonunun önemli bir kaynağını görmektedir. Stresli ve yorucu iş hayatı ve insan sağlığını tehdit edebilen çevresel koşullar, insanları rahatlatıcı yeni etkinliklere sevk eder hale gelmiş, yerel toplum ve ziyaretçilerin özel çıkarlarına hitap edebilecek programlara dayalı etkinlik turizmi popülerlik kazanmıştır (Getz vd., 2012: 49).

Etkinlik turizmi içerisinde turistler arasında popüler olarak kabul gören turizm çeşitlerinden bir tanesi de kış turizmidir. Kış turizmi; kar yağışının bolluğu, dağların yükseltisi ve eğimi uygun doğal alanlarda kayak sporunun yapılmasının mümkün olduğu gereken şartların uygunluğunun sağlandığı pistler, konaklama, yeme-içme, eğlenme, gezme-görme gibi aktivitelerinde sağlanabileceği yılın belirli dönemlerinde gerçekleştirilen etkinlikler bütünüdür (İlban ve Kaşlı, 2008; Albayrak, 2013: 146; Altaş vd., 2015: 346).

\*\* Yrd. Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Karabük-Türkiye, nurettinayaz@karabuk.edu.tr

\*\*\* Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük-Türkiye, ceyhun.apak@hotmail.com

Türkiye, Alp-Himalaya kuşağı üzerindeki konumu, topraklarının yaklaşık %60'ının 1500-3000 m yükseltisi ve uygun iklim koşulları nedeniyle kış turizmine uygun ülkelerden bir tanesi konumundadır. Özellikle Doğu Anadolu Bölgesi, kış turizmi açısından değerlendirilebilecek önemli bölgelerin başında gelmektedir. Bu nedenle Türkiye'de kış turizmi, mevsimsellik ve bölgesellik sorunlarını azaltmada her geçen gün artan rekabetçi yapısıyla öne çıkma fırsatıdır (Türkdöğdu, 2010).

Türkiye'de kış turizmine yönelik iç talep profili incelendiğinde; ziyaretçilerinin %80'inin konaklamalı, geri kalanının ise günübirlik seyahatler şeklinde kış turizmine yöneldikleri görülmektedir. Konaklamalı ziyaretçilerin %75'i sporcu turistler, sporcu turistlerin %30'u ise yeni başlayanlardan oluşmakta, yerli turist profili; genç, bekâr, orta gelirli ve çocuklu aileler olarak betimlenmiştir. Yerli turistlerin en sık ziyaret ettikleri kayak merkezleri, Uludağ ve Kartalkaya'nın olduğu ancak son yıllarda taşıma kapasitesi oldukça zorlanan Uludağ'ın artık beklentileri tam karşılayamadığı yönündedir (Ülker, 2006: 37; Gencer vd., 2008; Demiroğlu, 2014: 117). Bununla birlikte Türkiye'de kış turizminin sahip bulunulan kaynaklar açısından geliştirilmeye uygun olmasına rağmen uluslararası düzeyde rekabetçi bir alt ve üstyapıya kavuşmadığı düşünülmekte geleceğe yönelik potansiyel belirleme çalışmalarının yararına dikkat çekilmektedir (Demiroğlu, 2014: 118).

Kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonları ve memnuniyetleri ile demografik ve diğer özellikleri arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik hazırlanan bu araştırma kapsamında, Türkiye'de kış turizmine bilimsel temelli bir bakış açısı geliştirmek, kış turizmine katılan yerli turistlerin tüketici davranışlarını belirlemek, kış turizmi işletmelerine yol göstermek, Türkiye turizmini çeşitlendirme ve tüm yıla yaymaya yönelik çalışmalara destek olmak ve Türkiye'de kış turizminin gelişim sürecine katkı sağlamak hedeflenmektedir. Özellikle araştırmanın gelişim potansiyeline sahip kış turizm merkezi olarak Kayseri ili Erciyes Kayak Merkezi üzerinde gerçekleştirilmesi Kayseri ili turizmde yeni anlayışların geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir. Ayrıca araştırmanın kış turizmi düzeyinde literatür zenginliği oluşturabileceği düşünülmektedir.

Hem seyahat, hem de turizm insanların hareketliliğini gerektirir. Bu hareketlilik orjinler ve destinasyonlar boyunca bağlantılı rotalarda gerçekleşir. Seyahat mesafesinin uzunluğu, iklim, destinasyonda kalış süresi ve motivasyonlar seyahat ve turizme katılanlar için önemli faktörlerdir (Jafari, 2000: 600). Odak noktası, insanların zorunlu veya isteyerek gerçekleştirdikleri yer değişiklikleri olan (Ünlü, 2013: 3) seyahat, günümüzde eğlence, günlük rutin hayattan kaçış, sosyalleşme ve yeni yerler görme isteğiyle toplu veya bireysel tarzda meydana gelen hareketlilikler haline dönüşmüştür (Şahin vd., 2014: 110). İnsanları seyahat etmeye yönelten nedenlerin bilinmesi, seyahatin oluşturacağı sosyokültürel, sosyoekonomik, politik ve çevresel sonuçlarının iyi değerlendirilmesi açısından önem arz etmektedir (Balta, 2013). Bu kapsamda insanları seyahate yönelten motivasyon kaynaklarının ortaya çıkarılması, seyahat bölgesindeki turistik ürünlerin konumlandırılması ve pazarlanması açısından oldukça önem arz etmektedir. Bu bağlamda tüketici davranışı boyutunda seyahat motivasyonu ve memnuniyetinin incelenmesi yerinde olacaktır.

Seyahat motivasyonu, turistlerin seyahat gereksinimlerini ve davranışlarını anlamada faydalı yaklaşımlardan bir tanesidir. Seyahat motivasyonu, bireyleri belirli bir seyahat/tatil deneyimi yaşamaya yönelten nedenler (Harman vd., 2013: 110) olarak itme ve çekme faktörleriyle ilişkilidir. İtme faktörleri sosyopsikolojik gereksinimlerle, çekme faktörleri ise destinasyonların spesifik özellikleri ve çekicilikleriyle ilişkilidir (Yousefi ve Marzuki, 2012).

Turistlerin seyahat motivasyonlarını doğru bir şekilde tespit etmek, turistlerin beklentilerine uygun olarak turistik ürün geliştirmeye olanak sağlar. Farklı motivasyonları olan turist gruplarındaki bireylerin istek ve ihtiyaçları değişiklik göstermesi muhtemeldir. Bu yüzden talep ettikleri ürün ve hizmet beklentilerde farklılıkların gözleneceği belirtilmektedir. Bunun

yanısıra seyahat motivasyonlarının bilinmesi destinasyonlarda yürütülen tutundurma çabalarına da katkı sağlayabilmektedir (Kozak, 2002; Bansal ve Eiselt, 2004: 388; Harman vd., 2013: 270).

Turist motivasyonlarını anlamak, gelecekteki seyahat desenlerini tahmin etmek açısından da önemlidir. Bu durum etkili pazarlama programlarının geliştirilmesinde turizm endüstrisine yardımcı olmalıdır (Jang ve Wu, 2006). Ancak, seyahat motivasyonunu doğru olarak tahmin edebilmek oldukça zordur. Bu durumun başlıca iki nedeni bulunmaktadır. Birincisi, yaşanan toplum yapısına göre turistlerin değer yargılarının farklı olmasıdır. İkincisi ise turistlere seyahat motivasyonlarının nelerden oluştuğu sorulduğunda, doğrudan ifade ettikleri seyahat motivasyonları dışında, zihin derinliğinde bulunan fark edilmesi zor olan ihtiyaçların bulunabilme olasılığıdır (Harman, 2014: 111).

Turistlerin seyahat davranışlarını etkileyen çok sayıda faktörden bahsetmek mümkündür. Ancak turistlerin davranışlarını açıklamada en önemli faktör motivasyondur. Davranışların gerisinde yer alan fizyolojik ve psikolojik durumlar motivasyon ile ilişkilidir (Özgen, 2000: 22). Kay (2003), seyahat motivasyonlarında turist davranışını dört temel yaklaşımda ele almaktadır. Bu yaklaşımlar, ihtiyaç temelli yaklaşım, değer temelli yaklaşım, fayda temelli yaklaşım ve beklenti temelli yaklaşım olarak sıralanmaktadır. İhtiyaç temelli yaklaşım; turistin seyahate çıkmasını sağlayan temel durum, ihtiyaç durumunun ortaya çıkmasından kaynaklanmaktadır. Değer temelli yaklaşım; turisti seyahate yönlendiren sebepler kendi öz benliğindeki kişisel değerleridir. Fayda temelli yaklaşım; seyahat motivasyonunu belirleyen durum, seyahat sonucunda elde edeceği faydalardır. Beklenti temelli yaklaşım ise bireyin seyahat motivasyonunun belirlenmesine asıl unsur seyahate ilişkin beklentileridir (Harman, 2014: 112). Godfrey (2011) seyahat motivasyonu kaynaklarını; kişisel gelişim, sosyalleşme, rahatlama, kültürel sermayeyi artırma, bağımsızlık, bütçe fırsatları, benlik kimliği geliştirme, kaçış, geçiş dönemleri, heyecan/macera arayışı ve deneyim kazanma olarak belirtmektedir.

Turistin neyi tercih edeceği, seyahat seçimini ve turistik ürün satın alımını nasıl yapacağıyla ilgili olan tüketici davranışı; kişisel memnuniyet, turizm işletmeleri için finansal başarı ve kamu karar vericilerinin plan ve yönetim kararlarına da yönelik bir durumdur (Pearce, 2005). Turizmin temelinde turistler ve seyahat vardır. Bu kapsamda turistlerin seyahatlerine ilişkin memnuniyet beklentilerinin öğrenilmesi kaçınılmazdır. Turizmde memnuniyet, turistlerin karşılaştıkları davranışları açıklamaya yardımcı olan temel kavramın (Pelit ve Kılıç, 2004: 115) ayrıntılı olarak ele alınması ve incelenmesi bir gerekliliktir.

Artan rekabet ortamında müşteri memnuniyetini sağlamak, müşteri odaklı bir sistemin oluşturulmasıyla mümkündür. Müşteri odaklılık; müşteri sadakatini, müşteri memnuniyetini, sürekli iyileştirmeyi ve şikâyet yönetimini öngörebilecek bir sistem gerektirir. Müşteri isteklerini karşılayabilecek şekilde hizmet sunarak ilişkinin sürekli tutulması, müşterilere satılan ürünlerin öncesinde ve sonrasında tüm ihtiyaçların karşılanacak biçimde memnun edilmesi, sürekli iyileştirme ile; müşteri tatminini artıracak çalışmaların sürekliliğinin korunması ve şikâyet yönetimi ile, satılan ürünler veya sunulan hizmetler hakkındaki ilgili kusurların düzeltilerek müşteride oluşması muhtemel hoşnutsuz durumların giderilmesi müşteri memnuniyetinin merkezinde yer alır (Altan ve Engin, 2003: 86).

Tüketiciler arasında fiyatlarda tutarlılık ve kalite sıkça aranan bir durumdur. Bu nedenle, konaklama ve diğer hizmet veren işletmeler, ürün ve hizmetler hakkında konuklarına güvenilir bilgiler vererek müşteri memnuniyetini ve markalaşmayı öne çıkarmak zorundadırlar. Memnuniyeti sağlanan müşteriler, ağızdan ağıza pazarlama şeklinde gelecekte işletmenin ürünlerinin daha fazla satın almasına aracı olurlar (O'Neill ve Mattila, 2004: 1).

Eş zamanlı üretim ve tüketim sunma özellikleri ile müşterilerle olan karşılıklı etkileşimde diğer sektörlere oranla daha fazla öne çıkmak zorunda olan hizmet işletmeleri (Toprak, 2007: 44) kapsamında turizm işletmeleri, ulusal ve uluslararası pazarda hızlı

değişimlerin ve rekabetin yaşandığı ortamda müşteri memnuniyetini sağlama ve bireysel davranışlar konusunda öne çıkmak zorunda olan işletmelerdir. Turizm işletmeleri pazarlama çalışmaları kapsamında müşteri memnuniyetini sağlamaya yönelik faaliyetlerinde müşterileri ile diyalog halinde olmaları ve sadık müşteri profili oluşturmaya çalışmaları gerekir. Bu bağlamda turizm işletmelerine müşterilerine sadece talep zamanında değil bütün zamanlarda değer vermeleri, müşterileriyle empati kurmaları, sorunların çözümünde açık ve net davranmaları, hizmetlerin sunum aşamasındaki geçen sürecin azaltılması, tekrar ziyaretin gerçekleşmesi adına müşteri beklentilerin karşılanması ve müşterilerin haksız oldukları durumlarda bile aşırı derecede tepki göstermemeleri önerilmektedir (Özer ve Günaydın, 2010: 129).

Turizmde seyahat memnuniyeti sadece mikro ölçekte düşünülmemeli, makro ölçekte de ele alınmalıdır. Çünkü seyahat etmeyi düşünen turistler seyahat kararlarını; ilk önce ülke, sonra bölge ve en son olarak da işletme seçimi sırasıyla oluştururlar. Makro düzeyde seyahat memnuniyet göstergeleri; deniz-güneş-kum, turizm sezonunun uzunluğu, kültürel çekicilikler, iklim, misafirperverlik, vize ve pasaport işlemlerinde sağlanan kolaylıklar, ekonomik istikrar, fiyat ve kalite dengesi, doğal güzellikler, gastronomi, alışveriş ve ulaşım kolaylığı ile ilişkilidir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2016).

Birçok turist tarafından rahatlama, dinlenme, eğlenme, çeşitli faaliyetlere katılma, karmaşıklaşan yaşamın stresinden uzaklaşma gibi nedenlerle tercih edilir hale gelen kış turizmine olan ilgiye artış yaşanmakta ve kış aylarında kış turizmi merkezlerine ziyaretler artmaktadır (Matzler ve Siller, 2003). Özellikle ekonomik açıdan üst düzeyde olan birey veya ailelerin kış aylarında kısa tatil yapma isteğinin; av, doğa, gençlik, kültür turizmi gibi turizm çeşitleri ile entegre olarak kış turizminin ilişkilendirilebileceği belirtilebilmektedir. Bununla birlikte sömestri tatili kış turizmi için önemli bir fırsat olarak görülmektedir (Doğaner, 2001; Albayrak, 2013; Demiroğlu, 2014). Kış turizmi destinasyonlarını ziyaret eden turistlerin öncelikli beklentileri ise kar ve pist garantisi, konforlu mekanik tesisler, optimal hizmet zinciri, hızlı ve konforlu ulaşım ile ilişkilendirilmektedir (Koşan, 2013). İnsanların tatil alışkanlıklarını kış turizmine doğru yönlendirmede spor amaçlı kış turizmine katılım sağlaması ve turistlerin memnuniyetlerinin artırılması kapsamında fiziki olanakları kolaylaştırıcı tesislerin (kayak pistleri, telesiyej, teleferik vb.) yüksek standartlarda sağlanarak eğlence ve diğer turizm aktiviteleri ile desteklenmesi önerilmektedir (Türkdoğdu, 2010: 13).

Görülmektedir ki kış turizmi Türkiye’de popüler bir turizm çeşidi olarak yerli turistler düzeyinde yaygınlaşmaktadır. Özellikle sayıca artan yeni kayak merkezleri, yerli turistler tarafından daha çok tercih edilmektedir. Yerli turistler; rahatlama, dinlenme, eğlenme ve çeşitli etkinlikler kapsamında kış turizmine yönelmekte, bu bağlamda yerli turist ve kış turizmi ilişkisine yönelik bilimsel araştırmalar sayıca artması önem arz etmektedir. Bu araştırma, Türkiye’de kış turizminin gelişimine yerli turistler perspektifinden katkı sağlamak düşüncesiyle kurgulanmıştır. Bu kapsamda araştırma problemi “kış turizmine katılan turistlerin seyahat motivasyonları ve memnuniyetlerinin demografik ve diğer özellikleri arasında anlamlı bir farklılığın bulunup bulunmadığını tespit etmek” olarak belirlenmiştir.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Araştırma Alanı

Bu çalışma, Kayseri ili Erciyes kayak merkezini ziyaret eden yerli turistlerin seyahat motivasyonları ve seyahat memnuniyetleri üzerinden elde edilen bilgilerle gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de önemli 28 kış turizm merkezinden bir tanesi de son yıllarda adını sıkça duyurmaya başlayan, 1989 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla turizm merkezi ilan edilen Erciyes Kayak Merkezi (Türkdoğdu, 2010: 84) Orta Anadolu’nun en yüksek dağlarından ve sönmüş bir volkan olan Erciyes Dağı Kayseri ilinin 25 kilometre güneyinde yer almakta ve 1800-3000 metre

aralığında yükseklikte kayak pistlerine sahip bulunmaktadır. Kayak pistleri, %10 ve %30 arasında değişiklik gösteren yapıya sahipken toz kar yağışının olması seyahatçilere çeşitli disiplinlerde kayak yapma olanağı sunmaktadır. Alp ve Kuzey disiplinlerinin yapılabildiği 800 yatak kapasiteli konaklama imkanı bulunan kayak merkezinde Kayseri Büyükşehir Belediyesi Erciyes Dağı Turizm ve Kış Sporları Gelişimi Master Planına göre 5000 yatak kapasitesine çıkarılması planlanmaktadır (www.kayserikultur.gov.tr; Doğanay, 2001).

## 2.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı; kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonları (güdüleri) ve memnuniyetleri ile demografik ve diğer özellikleri arasındaki ilişkiye tüketici davranışları boyutunda bir anlayış geliştirmektir. Bu temel amaçla birlikte araştırmanın alt amaçları şunlardır;

- Kış turizmi üzerine bilimsel temelli bir bakış açısı geliştirmek,
- Kış turizmine katılan turistlerin tüketici davranışlarını belirlemek ve kış turizmi işletmelerine yol göstermek,
- Türkiye’de kış turizminin gelişim sürecine destek sağlamak,
- Türkiye turizmini çeşitlendirme ve tüm yıla yaymaya yönelik çalışmalara destek sağlamaktır.

## 2.3. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırma yerli turistlerin kış turizmine yönelik seyahat motivasyonları ve ziyaret ettikleri kayak merkezinde sunulan imkânlardan dolayı ortaya çıkan memnuniyetleri ile demografik ve diğer özellikleri arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılmasına yönelik betimsel araştırmadır. Araştırma, geçmişte ya da halen var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi (Karasar, 1995: 77) öngören tarama modeli üzerine kuruludur. Araştırmada yerli turistlerin seyahat motivasyonlarını oluşturan rahatlama, kendini geliştirme, huzur ve sosyalleşme, memnuniyetleri; pist memnuniyeti, alış-veriş memnuniyeti, güvenlik memnuniyeti, konaklama memnuniyeti, eğitmen memnuniyeti ve ulaşım memnuniyeti olarak ele alınmıştır. Araştırma hipotezlere ek olarak çalışmada aşağıdaki araştırma sorularına cevaplar aranmıştır:

-Kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonları (rahatlama, kendini geliştirme, huzur, sosyalleşme) ile demografik ve diğer özellikleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

-Kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat memnuniyetleri (pist, alışveriş, güvenlik, konaklama, eğitmen, ulaşım) ile demografik ve diğer özellikleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

## 2.4. Evren ve Örneklem

Bu araştırmada evren, 2014 yılında Kayseri ilini ziyaret eden turist sayısı kabul edilmiştir. Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü verilerine göre bu sayı; 330.611 kişi olarak tespit edilmiştir. Araştırma alanının genişliği, zaman ve maliyet unsurları çerçevesinde örnekleme başvurulmuştur. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında Öztürk’ün (1996) araştırmasında kullandığı örneklem formülünden yararlanılmıştır. Araştırmada güven aralığı %+-5, Z değeri ise 1,96 olarak kabul edilmiştir. Araştırmanın örneklem sayısı aşağıdaki hesaplama kapsamında 384 olarak saptanmıştır. Araştırma 480 katılımcı üzerinden gerçekleştirilmiştir.

## 2.5. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verilerin toplanması sürecinde ilk olarak, ikincil kaynaklardan literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Önceden gerçekleştirilen benzer çalışmalar baz alınarak araştırma problemi ve kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Araştırmanın uygulama bölümüne yönelik anket ölçeği geliştirme sürecinde, Lee ve Crompton, (1992), Vagias (2006), Armario (2008), Genç vd. (2008), Huang (2009), Aksu vd. (2010), Albayrak (2013) ve Hosany vd. (2014) araştırmalarından faydalanılmıştır. Araştırmaya yönelik sorular akademisyen görüşü kapsamında araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Hazırlanan anket; araştırmacı tarafından kolayda örnekleme yöntemi kapsamında yüz yüze görüşme tekniği ile kış turizmine katılan yerli turistlere Aralık 2014-Mart 2015 tarihleri arasında uygulanmıştır. Toplam 550 anket dağıtılmış, bu anketlerden, toplam 500 anketten geri dönüş sağlanmış (geri dönüş oranı %90) ve araştırma kullanılabilir 480 anket üzerinden gerçekleştirilmiştir. Veri toplamak için kullanılan anket üç kısımdan oluşmaktadır. Anketin ilk kısmında; katılımcıların demografik ve diğer kişisel bilgileri (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık gelir, meslek, seyahat sayısı, kalış süresi ve ziyaret bilgi kaynağı) sınıflama ölçeği; ikinci ve üçüncü kısımlarda seyahat motivasyonu ve seyahat memnuniyetine ilişkin aralıklı ölçek kapsamında geliştirilen sorular yer almıştır. Aralıklı ölçek olarak 5'li Likert Ölçeği kullanılmıştır. 5'li Likert tipi "1=Hiç Katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3=Orta Düzeyde Katılıyorum; 4=Katılıyorum; 5=Tamamen Katılıyorum" olarak kodlanmıştır.

## 3. BULGULAR

Kış turizmine katılan yerli turistlerin demografik özellikleri (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, aylık geliri, meslek) ve diğer özellikleri (seyahat sayısı, kalış süresi, bilgi kaynağı) yönelik frekans ve yüzde dağılımlarına ait değerlere ilişkin bilgiler Tablo 3'te gösterilen biçimde tespit edilmiştir. Tablo 1 kapsamında kış turizmine katılan yerli turistlerin demografik ve diğer özellikleri açısından vurgulanması gereken unsurlar şöyledir: Cinsiyet durumu açısından erkekler, medeni durum açısından bekârlar, yaş boyutunda 19-25 yaş grubu, eğitim durumu yönünden lisans, aylık gelir durumu açısından 750 TL ve altı, meslek yönünden memur ve öğrenci, kış turizmi seyahat sayısı bakımından 5 ve üzeri, kalış süresi açısından 1 günden az, seyahat bilgi kaynağı bakımından ise arkadaş ve aile değişkeni ön plana çıkmaktadır.

**Tablo 1: Kış Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Demografik ve Diğer Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı (n=480)**

Değişkenler	Gruplar	f	%	Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	260	54,2	Meslek	İş Adamı	47	9,8
	Kadın	220	45,8		Memur	133	27,7
Medeni Durum	Evli	230	47,9	Eğitim	İşçi	57	11,9
	Bekâr	250	52,1		Emekli	36	7,5
Yaş	18 yaş ve altı	68	14,2	Seyahat Sayısı	Öğrenci	146	30,4
	19-25 yaş	132	27,5		Diğer	61	12,7
	26-32 yaş	84	17,5		1	104	21,7
	33-39 yaş	84	17,5		2	83	17,3
	40-46 yaş	58	12,1		3	95	19,8
	47 ve üzeri	54	11,3		4	66	13,8
Eğitim	İlköğretim	47	9,8	Kalış Süresi	5 ve üzeri	132	27,5
	Ortaöğretim	112	23,3		1 günden az	210	43,8
	Ön lisans	77	16,0		1-3 gün	135	28,1
	Lisans	180	37,5		4-6 gün	56	11,7
	Lisansüstü	64	13,3		7 gün ve üzeri	79	16,5
Aylık Gelir	750 TL ve altı	127	26,5	Bilgi Kaynağı	Medya	68	14,2
	751-1500 TL	90	18,8		Arkadaşlar	163	34,0
	1501-2250 TL	79	16,5		Aile	132	27,5
	2251-3000 TL	75	15,6		Seyahat Acentesi	64	13,3
	30001-3750 TL	60	12,5		Diğer	53	11,0

Araştırma anketinden elde edilen verilerin araştırma sorularını test etmeye uygunluğu kapsamında güvenilirlik ve açımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Verilerin, faktör analizine uygunluğu kapsamında gerçekleştirilen Kasier-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett Sphericity (Bartlett) testi sonuçları kullanılmıştır. Faktör analizi sonuçları ve her bir faktöre ilişkin güvenilirlik katsayıları (Cronbach's Alpha) Tablo 2 ve Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 2: Kış Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Motivasyonlarına İlişkin Faktör Analizi**

Faktör	$\bar{X}$	s.s	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Varyans Açıklama(%)
<b>Rahatlama</b>	4,06	0,71		<b>0,743</b>	<b>20,529</b>
Kış turizmi günlük streten uzaklaşmaktır.			0,799	0,884	
Kış turizmi fiziksel olarak aktif olmaktır.			0,747	0,885	
Kış turizmi sıradanlıktan uzaklaşmaktır.			0,720	0,884	
Kış turizmi enerjik olmaktır.			0,627	0,885	
<b>Kendini Geliştirme</b>	3,90	0,85		<b>0,784</b>	<b>19,270</b>
Kış turizmi farklı yaşam tarzlarını deneyimlemektir.			0,855	0,885	
Kış turizmi yeni yerler keşfetmektir.			0,806	0,885	
Kış turizmi yeni şeyler öğrenmektir.			0,749	0,885	
<b>Huzur</b>	3,69	0,94		<b>0,644</b>	<b>14,106</b>
Kış turizmi aile ile birlikte olmaktır.			0,854	0,888	
Kış turizmi dinlenmektir.			0,792	0,885	
<b>Sosyalleşme</b>	3,65	0,91		<b>0,681</b>	<b>13,794</b>
Kış turizmi başka insanlarla tanıdık bir yeri paylaşmaktır.			0,838	0,884	
Kış turizmi benzer ilgi alanlarına sahip insanlarla tanışmaktır.			0,837	0,884	
<b>Toplam Cronbach Alpha / Varyans Açıklama (%)</b>				<b>0,801</b>	<b>67,699</b>

K-M-O Measure of Sampling Adequacy: **0,791** Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square/df/Sig: **1432,683/ 55 /0,000**)

**Tablo 3: Kış Turizmine Katılan Yerli Turistlerin Memnuniyetlerine İlişkin Faktör Analizi**

Faktör	$\bar{X}$	s.s	Faktör Yüğü	Cronbach Alpha	Varyans Açıklama (%)
<b>Pist Memnuniyeti</b>	3,85	0,85		<b>0,844</b>	<b>14,411</b>
Kayak pistleri yeterli genişlikteydi.			0,863	0,884	
Kayak pistleri yeterli uzunluktaydı.			0,836	0,884	
Kayak pistlerinin sayısı yeterliydi.			0,763	0,884	
Kayak pistleri bakımlıydı.			0,701	0,883	
<b>Alışveriş Memnuniyeti</b>	3,43	0,83		<b>0,783</b>	<b>13,083</b>
Dükkan çalışanları nazikti.			0,780	0,883	
Dükkan çalışanları yardımseverdi.			0,759	0,882	
Alışveriş için fiyatlar adildi.			0,726	0,885	
Alışveriş yapılabilecek yeterli dükkan vardı.			0,712	0,884	
<b>Güvenlik Memnuniyeti</b>	3,70	0,87		<b>0,844</b>	<b>12,063</b>
Kayak merkezinde ilkyardım hizmetleri yeterliydi.			0,855	0,882	
Kayak merkezinde sağlık hizmetleri yeterliydi.			0,814	0,882	
Kayak merkezinde emniyet ve güvenlik hizmetleri yeterliydi.				0,882	
<b>Konaklama Memnuniyeti</b>	3,69	0,87	0,782	<b>0,818</b>	<b>11,684</b>
Otel çalışanları nazikti.			0,871	0,883	
Otel çalışanları yardımseverdi.			0,825	0,882	
Oteller hijyenikti.			0,719	0,883	
<b>Eğitmen Memnuniyeti</b>	3,86	0,85		<b>0,787</b>	<b>11,475</b>
Kayak eğitmenleri bilgiliydi.			0,847	0,883	
Kayak eğitmenleri öğreticiydi.			0,771	0,884	
Kayak eğitmenleri arkadaş canlısıydı.			0,726	0,883	
<b>Ulaşım Memnuniyeti</b>	3,77	0,96		<b>0,775</b>	<b>8,801</b>
Şehir merkezine ulaşılabilirlik kolaydı.			0,880	0,885	
Kayak merkezine ulaşım kolaydı.			0,870	0,885	
<b>Toplam Cronbach Alpha / Varyans Açıklama (%)</b>				<b>0,874</b>	<b>71,517</b>

K-M-O Measure of Sampling Adequacy: **0,834** Bartlett's Test of Sphericity (Chi-Square/df/Sig: **3945,611/171/ 0,000**)

Kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonlarının faktör analizinde 11 yargıya ait 4 faktör için KMO katsayısı 0,79, Bartlett Sphericity testi anlamlılık düzeyi;  $p=0,000$  olup, varyans açıklama oranı; 67,69 ve güvenilirlik katsayısı; 0,80 olarak belirlenmiştir. Kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat memnuniyetlerinin faktör analizinde ise 19 yargıya ait 6 faktör için KMO katsayısı 0,83, Bartlett Sphericity testi anlamlılık düzeyi;  $p=0,000$  olup, varyans açıklama oranı; 71,51 ve güvenilirlik kat sayısı; 0,87 olarak tespit edilmiştir.

Kış turizme katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonları (rahatlama, kendini geliştirme, huzur, sosyalleşme) ve seyahat memnuniyetlerinin (pist memnuniyeti, alışveriş memnuniyeti, güvenlik memnuniyeti, konaklama memnuniyeti, eğitmen memnuniyeti, ulaşım memnuniyeti) demografik ve diğer özellikleri ile karşılaştırılmasında; iki değişkenli gruplar (cinsiyet ve medeni durum) için yapılan "Bağımsız Örneklem t-Testi"; ikiden fazla olan değişkenli gruplar (yaş, eğitim durumu, aylık geliri, meslek, seyahat sayısı, kalış süresi ve ziyaret bilgi kaynağı) için yapılan "Bağımsız Örneklem Tek Yönlü Varyans Analizi (One Way ANOVA)" kullanılmıştır.

Kış turizme katılan yerli turistlerin rahatlama motivasyonunun demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında meslek değişkeninde ( $p=0,005$ ,  $p<0,05$ ), anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılığın hangi meslek grubu arasında gerçekleştiğini belirlemek için başvurulan Tukey analizi sonuçları kapsamında farklıklar; meslek grubu iş adamı olan yerli turistlerle meslek grubu memur ve diğer olan turistler arasında gerçekleştiği belirlenmiştir. Kış turizmine katılan yerli turistlerin meslek grubunda rahatlama motivasyonunu öne çıkaran en önemli grup memurlar ( $\bar{X}=4,18$ ) olmuştur. Bu grubu, diğer ( $\bar{X}=4,13$ ) meslek grubu izlemektedir. İş adamları ( $\bar{X}=3,81$ ) içinse kış turizminde rahatlama motivasyonu daha düşük düzeyde kalmıştır. Bu



sonuçlar kapsamında mesleği memur ve diğer olan yerli turistlerin stresli ve sıkıcı tekdüze işlerden soyutlanmak için kış turizmine dahil olduğu şeklinde düşünülebilir.

**Tablo 4: Rahatlama Motivasyonunun Demografik ve Diğer Özelliklerle Karşılaştırılması (n=480)**

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s	t/F	P	Tukey
Meslek	İş Adamı (a)	47	3,81	0,88	3,400	0,005*	a-b a-f
	Memur (b)	133	4,18	0,64			
	İşçi (c)	57	4,06	0,73			
	Emekli (d)	36	3,91	0,88			
	Öğrenci (e)	146	3,98	0,67			
	Diğer (f)	61	4,13	0,63			

\*(p<0,05)

Kış turizmine katılan yerli turistlerin kendini geliştirme seyahat motivasyonlarının demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında yaş (p=0,010, p<0,05), eğitim durumu (p=0,041, p<0,05) ve meslek (p=0,018, p<0,05) değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Başvurulan Tukey analizi sonuçları kapsamında yaş değişkeninde farklılık 19-25 yaş ile 47 ve üzeri yaş grubu arasında, eğitim değişkeninde ilköğretim ve lisans mezunları arasında, meslek değişkeninde ise iş adamı ile işçi grubu arasında gerçekleşmiştir. Bu sonuçlar kapsamında 19-25 yaş aralığındaki ( $\bar{X}=4,09$ ) kış turizmine katılan genç turistlerin kendilerini geliştirme ve yeni şeyleri öğrenme konusunda ileri yaşlardaki turistlere ( $\bar{X}=3,61$ ) göre daha fazla motivasyona sahip oldukları söylenebilir. Bunun yanında lisans eğitimi ( $\bar{X}=4,01$ ) alan turistlerin kendini geliştirme motivasyonu daha çok önemsediklerini söylemek mümkündür. Ayrıca mesleği işçi ( $\bar{X}=4,08$ ) olan turistlerin diğer yerli turistlere göre kendini geliştirme motivasyonunun daha yüksek olduğunu söyleyebilir.

**Tablo 5: Kendini Geliştirme Motivasyonunun Demografik ve Diğer Özelliklerle Karşılaştırılması (n=480)**

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s	t/F	P	Tukey
Yaş	18 yaş ve altı (a)	68	3,92	0,84	3,050	0,010*	b-f
	19-25 yaş (b)	132	4,09	0,76			
	26-32 yaş (c)	84	3,90	0,83			
	33-39 yaş (d)	84	3,86	0,84			
	40-46 yaş (e)	58	3,75	0,89			
	47 ve üzeri (f)	54	3,61	0,99			
Eğitim	İlköğretim (a)	47	3,60	0,91	2,514	0,041*	a-d
	Ortaöğretim (b)	112	3,88	0,86			
	Ön lisans (c)	77	3,92	0,81			
	Lisans (d)	180	4,01	0,81			
	Lisansüstü (e)	64	3,80	0,93			
Meslek	İş Adamı (a)	47	3,58	0,88	2,756	0,018*	a-c
	Memur (b)	133	3,84	0,89			
	İşçi (c)	57	4,08	0,84			
	Emekli (d)	36	3,74	0,99			
	Öğrenci (e)	146	3,97	0,78			
	Diğer (f)	61	4,02	0,76			

\*(p<0,05)

Kış turizmine katılan yerli turistlerin huzur seyahat motivasyonlarının demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında cinsiyet (p=0,004, p<0,05) değişkeninde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Bu sonuç kapsamında kış turizmine katılan kadın turistlerin ( $\bar{X}=3,83$ ) huzur motivasyonlarının erkek turistlere göre daha yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

**Tablo 6: Huzur Motivasyonunun Demografik ve Diğer Özelliklere Göre Karşılaştırılması (n=480)**

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s	t/F	P	Tukey
Cinsiyet	Erkek	260	3,58	0,95	-2,899	0,004*	
	Kadın	220	3,83	0,91			

\*(p&lt;0,05)

Kış turizmine katılan turistlerin sosyalleşme motivasyonlarının demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında aylık gelir (p=0,003, p<0,05) ve meslek (p=0,008, p<0,05) değişkenlerinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Farklılığının hangi alt gruplar arasında gerçekleştiğini belirlemek için gerçekleştirilen Tukey analizi sonuçları kapsamında aylık gelir değişkeninde farklılık 750 TL ve altı gelire sahip bulunan yerli turistlerle 3001-3750 TL gelir sahip turistler arasında ve 2251-3000 TL gelire sahip yerli turistlerle 3001-3750 TL gelir grubuna dahil turistler arasında ortaya çıkmıştır. Meslek değişkeninde mesleği iş adamı olanlarla, mesleği memur ve işçi olanlar arasında ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre kış turizmine katılan yerli turistlerin sosyalleşme seyahat motivasyonlarında; aylık gelir grubunda 2251-3000 TL gelire sahip ( $\bar{X}$ =3,86), meslek grubu işçi ( $\bar{X}$ =3,90) olan turistler düzeyinde yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca, yerli turistlerin gelir düzeyi arttıkça sosyalleşme motivasyonunun azaldığını da söyleyebiliriz.

**Tablo 7: Sosyalleşme Motivasyonunun Demografik ve Diğer Özelliklere Göre Karşılaştırılması (n=480)**

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s	t/F	P	Tukey
Aylık Gelir	750 TL ve altı (a)	127	3,77	0,89	3,712	0,003*	a-e d-e
	751-1500 TL (b)	90	3,67	0,87			
	1501-2250 TL (c)	79	3,68	0,75			
	2251-3000 TL (d)	75	3,86	0,81			
	3001-3750 TL (e)	60	3,29	1,07			
	3751 TL ve üzeri (f)	49	3,44	1,03			
Meslek	İş Adamı (a)	47	3,26	0,98	3,160	0,008*	a-b a-c
	Memur (b)	133	3,71	0,84			
	İşçi (c)	57	3,90	0,89			
	Emekli (d)	36	3,48	0,95			
	Öğrenci (e)	146	3,64	0,91			
	Diğer (f)	61	3,75	0,88			

\*(p&lt;0,05)

Kış turizmine katılan turistlerin alışveriş memnuniyetinin demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında kalış süresi değişkeninde (p=0,006, p<0,05) anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Gerçekleştirilen Tukey analizi sonuçları kapsamında 1 günden az kalan yerli turistlerle 7 gün ve üzeri kalan turistler arasında olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre kış turizmine katılan yerli turistlerin alışveriş memnuniyetlerinin; kalış süresi ile ilişkili olduğu söylenebilir.

**Tablo 8: Alışveriş Memnuniyetinin Demografik ve Diğer Özelliklere Göre Karşılaştırılması (n=480)**

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s	t/F	P	Tukey
Kalış Süresi	1 günden az (a)	210	3,29	0,85	4,192	0,006*	a-d
	1-3 gün (b)	135	3,47	0,77			
	4-6 gün (c)	56	3,55	0,82			
	7 gün ve üzeri (d)	79	3,64	0,81			

\*(p&lt;0,05)

Kış turizmine katılan turistlerin ulaşım memnuniyetlerinin demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında medeni durum ( $p=0,049$ ,  $p<0,05$ ), eğitim durumu ( $p=0,001$ ,  $p<0,05$ ), seyahat sayısı ( $p=0,017$ ,  $p<0,05$ ) ve kalış süresi ( $p=0,009$ ,  $p<0,05$ ) değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. İki değişkenli gruplarda kış turizmine katılan yerli turistlerin ulaşım memnuniyetlerinin; medeni durum değişkeninde evli olan ( $\bar{X}=3,86$ ) turistlerde ulaşım memnuniyetinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. İki'den fazla değişkenli gruplarda eğitim durumunda ilköğretim mezunları ( $\bar{X}=3,21$ ) ile lisans ( $\bar{X}=3,84$ ) ve lisansüstü ( $\bar{X}=3,78$ ) mezunlar arasında, seyahat sayısında 5 ve üzeri sayıda kış turizm merkezini ziyaret eden yerli turistlerle ( $\bar{X}=4,00$ ), iki ( $\bar{X}=3,60$ ) ve üç kez ( $\bar{X}=3,63$ ) kış turizmi seyahatine katılan turistler arasında, kalış süresinde ise 4-6 gün kalanlarla ( $\bar{X}=3,66$ ), gününbirlik kış turizmine katılanlar ( $\bar{X}=3,88$ ) ve 1-3 gün kalış süresine sahip bulunan ( $\bar{X}=3,81$ ) yerli turistler arasında ortaya çıkmıştır.

**Tablo 9: Ulaşım Memnuniyetinin Demografik ve Diğer Özelliklere Göre Karşılaştırılması (n=480)**

Değişkenler	Gruplar	n	$\bar{X}$	s.s	t/F	P	Tukey
Medeni Durum	Evli	230	3,86	0,91	1,973	<b>0,049*</b>	
	Bekar	250	3,69	0,99			
Eğitim	İlköğretim (a)	47	3,21	1,03	4,862	<b>0,001*</b>	
	Ortaöğretim (b)	112	3,77	1,04			a-c
	Ön lisans (c)	77	3,92	0,84			a-d
	Lisans (d)	180	3,84	0,87			a-e
	Lisansüstü (e)	64	3,78	1,01			
Seyahat Sayısı	1 (a)	104	3,75	0,95	3,059	<b>0,017*</b>	
	2 (b)	83	3,60	0,91			
	3 (c)	95	3,63	0,94			b-e
	4 (d)	66	3,76	0,98			c-e
	5 ve üzeri (e)	132	4,00	0,96			
Kalış Süresi	1 günden az (a)	210	3,88	0,94	3,880	<b>0,009*</b>	
	1-3 gün (b)	135	3,81	0,93			a-c
	4-6 gün (c)	56	3,41	0,87			b-c
	7 ve üzeri (d)	79	3,66	1,04			

\*( $p<0,05$ )

#### 4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Bir yerden bir yere hareketle ilişkili seyahat kavramı turizmin önemli bir ögesi olup, destinasyonlarla bağlantılı rotalarda gerçekleşir. Seyahatin ortaya çıkmasında varış noktasının mesafesi ve çekiciliği önemli bileşenler görülse de turistlerin bu çekicilere güdülenmelerinin sağlanması ve memnuniyetlerinin yükseltebilecek çabalara odaklanması akılcı olacaktır. Ayrıca, turistlerin seyahat motivasyonlarının doğru bir şekilde tespit edilerek, beklentilerine uygun turistik ürün geliştirmesi yerinde olacaktır.

Kış turizmi, turizmi çeşitlendirme ve tüm yıla yayma sürecinde öne çıkarılabilecek bir turizm çeşididir. İlk zamanlarda; kışın gerçekleştirilen bir etkinlik türü olarak kayak, snowboard, kar kızıağı, kar motoru, buz pateni vb. etkinliklerle ilişkilendirilen kış turizmi; son dönemlerde kış turizmi tesislerinin golf, kamp, dağ yürüyüşü, tırmanma, dağ bisikleti vb. etkinliklerle yaz döneminde de kullanımı ile popülerliğini artırır hale gelmiştir.

Bu araştırmada, kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonlarının ortaya çıkarılmasına ve memnuniyetlerinin yükseltilmesine yönelik çabalara odaklanılmıştır. Çalışmada, kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonları; rahatlama, kendini geliştirme, huzur ve sosyalleşme olarak tespit edilmiştir. Kış turizmine dahil olan yerli turistlerin

seyahat memnuniyetleri ise pist, alışveriş, güvenlik, konaklama, eğitim ve ulaşım memnuniyeti olarak saptanmıştır. Ayrıca kış turizmine dahil olan yerli turistlerin demografik ve diğer özellikleri ile seyahat motivasyonları ve memnuniyetleri arasında anlamlı bir farklılığının bulunup bulunmadığı incelenmiştir. Belirtilen amaçlar doğrultusunda Kayseri Erciyes Kayak Merkezi'ni Aralık 2014-Mart 2015 döneminde ziyaret eden 480 yerli turist üzerinde gerçekleştirilen araştırmada şu sonuçlara ulaşılmıştır:

-Yerli turistlerin demografik ve diğer özelliklerinde cinsiyet durumu açısından erkekler, medeni durum açısından bekârlar, yaş boyutunda 19-25 yaş grubu, eğitim durumu yönünden lisans, gelir durumu açısından 750 TL ve altı, kış turizmi seyahat sayısı bakımından 5 ve üzeri, meslek yönünden memur ve öğrenci, kalış süresi açısından bir günden az, seyahat bilgi kaynağı bakımından ise arkadaş ve aile bilgisini doğrultusunda kış turizmi merkezini ziyaret ön plana çıkılmıştır.

-Kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonlarında öncelik sırası; rahatlama, kendini geliştirme, huzur ve sosyalleşme olarak tespit edilmiştir. Yerli turistleri kış turizmine yönlendiren en yüksek motivasyon kaynağının rahatlama, en düşük motivasyon kaynağının sosyalleşme olduğu yönündedir.

-Yerli turistlerin kayak merkezinden aldıkları hizmetler kapsamında memnuniyet öncelik sıralaması; eğitim memnuniyeti, pist memnuniyeti, ulaşım memnuniyeti, güvenlik memnuniyeti, konaklama memnuniyeti ve alışveriş memnuniyeti şeklindedir.

-Kış turizme katılan yerli turistlerin rahatlama motivasyonunun demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında meslek değişkeninde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Rahatlama motivasyonunu öne çıkaran en önemli yerli turist grubunu memurlar oluşturmuştur. Yerli turistler içerisinde iş adamı meslek grubuna dahil olanların ise kış turizminde rahatlama motivasyonu en düşük düzeyde kalmıştır.

-Kış turizmine katılan yerli turistlerin kendini geliştirme seyahat motivasyonunun demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında yaş, eğitim durumu ve meslek değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. 19-25 yaş aralığında kış turizmine katılan genç turistlerin kendilerini geliştirme ve yeni şeyleri öğrenme konusunda ileri yaşlardaki turistlere göre daha yüksek motivasyona sahip oldukları, lisans eğitimi alan turistlerin kendini geliştirme motivasyonunu daha çok önemsedikleri ve mesleği işçi olan turistlerin, diğer yerli turistlere göre kendini geliştirme motivasyonunda daha önde olduğu tespit edilmiştir.

-Kış turizmine katılan yerli turistlerin huzur motivasyonlarının demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında cinsiyet değişkeninde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Bu sonuç kapsamında kış turizmine katılan yerli turistler içerisinde kadın turistlerin kış turizminde huzur motivasyonunu daha çok öne çıkardıkları saptanmıştır.

-Kış turizmine katılan turistlerin sosyalleşme motivasyonlarının demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında aylık gelir ve meslek değişkenlerinde anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Aylık gelir değişkeninde farklılık, 750 TL ve altı gelire sahip bulunan yerli turistlerle 3001-3750 TL gelir sahip turistler arasında ve 2251-3000 TL gelire sahip yerli turistlerle 3001-3750 TL gelir grubuna dahil turistler arasında ortaya çıkmıştır. Meslek değişkeninde mesleği iş adamı olanlarla, mesleği memur ve işçi olanlar arasında ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre kış turizmine katılan yerli turistlerin sosyalleşme motivasyonunun; aylık gelir grubunda 2251-3000 TL gelire sahip, meslek grubu işçi olan turistler düzeyinde yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca, yerli turistlerin gelir düzeyi arttıkça sosyalleşme motivasyonunun azaldığını şeklinde değerlendirilebilir.

-Kış turizme katılan yerli turistlerin pist, alışveriş, güvenlik, konaklama, eğitmen ve ulaşım memnuniyetlerinin demografik ve diğer özellikleri ile karşılaştırılmasında; yerli turistlerin alışveriş ve ulaşım memnuniyetleri arasında anlamlı farklıklar tespit edilmiştir.

-Kış turizmine katılan turistlerin alışveriş memnuniyetinin demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında kalış süresi değişkeninde kayak merkezinde 1 günden az kalan yerli turistler ile 7 gün ve üzeri kalan turistler arasında farklılık bulunmuştur. Bu sonuç kapsamında turizmine katılan yerli turistlerin alışveriş memnuniyetlerinin; kalış süresi ile ilişkili olduğu ve alışveriş yapma ihtiyacı artıça memnuniyetinde arttığı yönündedir.

-Kış turizmine katılan turistlerin ulaşım memnuniyetlerinin demografik ve diğer özelliklerle karşılaştırılmasında medeni durum, eğitim durumu, seyahat sayısı ve kalış süresi değişkenlerinde anlamlı farklılıklara ulaşılmıştır. Medeni durum değişkeninde evli olan turistlerin kış turizm merkezine ulaşım memnuniyetinin daha yüksek olduğu saptanmıştır. Eğitim durumunda ilköğretim mezunları ile lisans ve lisansüstü mezunlar arasında, seyahat sayısında, 5 ve üzeri grubunda kış turizm merkezini ziyaret eden yerli turistlerle, iki ve üç kez kış turizmi seyahatine katılan turistler arasında, kalış süresinde ise 4-6 gün kalanlarla, gününbirlik kış turizmine katılanlar ve 1-3 gün kalış süresine sahip bulunan yerli turistler arasında ortaya çıkmıştır.

Bu araştırma sonuçları göstermiştir ki kış turizmi Türkiye'de yerli turistler düzeyinde tercih edilen bir turizm türüdür. Kış turizme katılan yerli turistlerin profil özellikleri; erkekler, bekarlar, memur ve öğrenciler, 19-25 yaş, lisans eğitimi, 1 günden az konaklama, arkadaş ve aile bilgi kaynağını kullanarak kış turizmine katılım şeklindedir. Yerli turistleri kış turizmine yönelten güdüler; rahatlama, kendini geliştirme, huzur ve sosyalleşmeyle ilişkilidir. Kış turizme katılan yerli turistlerin seyahat memnuniyetleri; eğitmen, pist, ulaşım, güvenlik, konaklama ve alışveriş memnuniyeti öncelik sırasındadır.

Kış turizmine ziyaretçi kazandırma boyutunda kış turizmi merkezleri, tatil kararı aşamasındaki potansiyel ziyaretçilerinin seyahat güdülerini (rahatlama, kendini geliştirme, huzur, sosyalleşme vb.) saptamalı ve bu doğrultuda beklentilere yönelik ön hazırlıklara yönelmelidirler. Bu süreçte rahatlama, kendini geliştirme, huzur ve sosyalleşme öncelik sırasına göre turistlerin güdülerini uyarıcı çalışmalar yapmalıdırlar. Bu kapsamda, kayak merkezi yöneticilerinin yerli turistlerin seyahat güdülerini ve memnuniyetleri konusunda bilgi düzeylerinin artırılması, yerel yönetimlerle birlikte ortak çalışmalara yönelmesi ve üniversitelerden pazarlama ve tüketici davranışı konusunda destek alması, kış turizminin gelişimi açısından önem arz etmektedir.

Kış turizm merkezleri, büyüme ve gelişme projeksiyonlu çevresel planlarında oldukça hassas olmalıdırlar. Turistlerin güdüsel beklentilerini ortadan kaldıracabilecek çarpık olarak yapılaşma ve çevresel düzenlemelerden uzak durmalıdırlar. Taşıma kapasitelerine uygun gelişim ve büyüme politikaları sergilemelidirler. İç turizm bağlamında turist sayısını artırmayı öngören kayak merkezleri sunacakları hizmetlerde, eğitmen, pist, ulaşım, güvenlik, konaklama ve alışveriş öncelik sırasına göre hizmetlerinin kalitelerini yükseltme çabalarına yönelmelidirler. Bu hizmetlerin satışına ve sunumuna yönelik standartlar oluşturmalıdırlar.

## 5. KAYNAKLAR

- Aksu, A., İçiğen, E. T. ve Ehtiyar, R. (2010). A comparison of tourist expectations and satisfaction: A case study from Antalya region of Turkey. *Turizam*, 14(2), 66-77.
- Albayrak, A. (2013). Kış turizmi turistlerinin seyahat motivasyonları. *14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı*, 05-08 Aralık, Kayseri.
- Altan, M. ve Engin, O. (2003). Bir seyahat işletmesinde müşteri memnuniyetinin ölçülmesi. *S.Ü. İ.İ.B.F. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (6), 84-98.
- Altaş, N. T., Çavuş, A. ve Zaman, N. (2015). Türkiye'nin kış turizmi koridorunda yeni bir kış turizm merkezi: Konaklı. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (31), 345-365.
- Armario, E. M. (2008). Tourist satisfaction: An analysis of its antecedents. *Catedratico de Marketing*, 367-382.
- Balta, S. (2013). Türkiye'de ve Dünya'da Seyahat Sektörü. İ. Ünlü (editörler). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. (s.1-14). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Bansal, H. & Eiselt, H. A. (2004) Exploratory research of tourist motivations and planning. *Tourism Management*, 25(3), 387-396.
- Demiroğlu, O. C. (2014). *Kış Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğaner, S. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Gençer, R. T., Demir, C. ve Aycan, A. (2008). Kayak merkezlerindeki spor turistlerinin hizmet kalitesi algılarını etkileyen değişkenler. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 8 (2), 437-450.
- Getz, D., Svensson, B., Peterssen, R. & Gunnervall, A. (2012). Hallmark events: Definition, goals and planning process. *International Journal of Event Management Research*, 7(1), 47-67.
- Godfrey, J. L. (2011). *The Grass is Greener on the Other Side: What Motivates Backpackers to Leave Home and Why They Choose New Zealand as a Destination*. A thesis submitted for the degree of Master of Tourism at the University of Otago Dunedin, New Zealand.
- Harman, S., Çakıcı, A. C. ve Akatay, A. (2013). İstanbul'a gelen sırtçantalı turistlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(25), 267-300.
- Harman, S. (2014). Bağımsız seyahat eden yerli gezginlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(21), 107-128.
- Hosany, S., Prayag, G., Deesilatham, S. & Odeh, K. (2014). Measuring tourists' emotional experiences: Further validation of the destination emotion scale. *Journal of Travel Research*, 1-13.
- Huang, S. S. (2009). Measuring tourist motivation: Do scales matter? *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 5(1), 153-162.
- İlban, M. O. ve Kaşlı, M. (2008). Kış Turizmi. (editörler). Hacıoğlu, N. & Avcıkurt, C., *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. (s. 319-342). Ankara: Nobel Basım ve Dağıtım Yayınları.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of Tourism*. London-Newyork: Routledge.
- Jang, S. & Wu, C. E. (2006). Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors. *Tourism Management*, 27(2), 306-316.
- Karasar, N. (1995). *Bilimsel Araştırma Yöntemi, Kavramlar, İlkeler*. Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd.
- Kay, P. (2003). *Consumer motivation in a tourism context: Continuing the work of Maslow, Rokeach, Vroom, Deci, Haley and others*. Conference Proceedings Adelaide, 600-614.
- Koşan, A. (2013). Kış sporları turizmi-kayak turistlerinin kış turizm merkezlerini algı ve değerlendirmelerine ait bir araştırma (Palandöken'de bir uygulama). *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(2), 293-324.

- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(2), 221- 232.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016). Hedef Pazarlarda Türkiye İmaji ve Seyahat Memnuniyeti. [Online] <<http://www.tanitma.gov.tr/Eklenti/2039,2012-turkiye-imajipdf.pdf?0>> Erişim Tarihi: 06 Şubat 2016.
- Lee, T. H. & Crompton, J. L. (1992). Measuring novelty seeking in tourism. *Annals of Tourism Research*, (19), 732-751.
- Maoz, D. (2007). Backpackers' motivations the role of culture and nationality. *Annals of Tourism Research*, 34(1), 122-140.
- Matzler, K. & Siller, H. J. (2003). Linking travel motivations with perceptions of destinations: The case of youth travelers in Alpine summer and winter tourism. *Tourism Review*, 58(4), 6-11.
- O'Neill, J. W. & Mattila, A. S. (2004). Hotel branding strategy: Its relationship to guest satisfaction and room revenue. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 20(10), 1-10.
- Özer, Ö. ve Günaydın, Y. (2010). Otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati ilişkisi: Dört yıldızlı otel işletmelerinde bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(2), 127-154.
- Özgen, Ö. (2000). Kapadokya'yı ziyaret eden turistlerin genel seyahat motivasyonları ve tatmin olma durumları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 22-34.
- Öztürk, Y. (1996). Marketing Turkey as a tourist destination in the United Kingdom. Unpublished Ph.D., Dissertation. University of Strathclyde, Business Faculty, The Scottish Hotel School, UK.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. UK: Channel View Publication.
- Pelit, E. ve Kılıç, İ. (2004). Yerli turistlerin memnuniyet düzeyleri üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 113-124.
- Şahin, B., Sönmez, B. ve Kahveci, H. (2014). Kişilerin uluslararası seyahat engellerini ölçmeye yönelik bir araştırma. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (2), 109-126.
- Toprak, T. (2007). *Hizmet Sektöründe Kalite Değer ve Müşteri Memnuniyetinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Türkdoğan, E. (2010). *Türkiye'nin Geliştirilebilir Bölgesel Kış Turizmi Potansiyeli: Avrupa'nın Bölgesel Kış Turizmi Merkezleri İle Türkiye'nin Bölgesel Kış Turizmi Potansiyelinin Karşılaştırılması*. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Ülker, İ. (2006). *Dağlarımız*. Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.
- Vagias, W. M. (2006). Likert-type scale response anchors. Clemson International Institute for Tourism and Research Development, Department of Parks, Recreation and Tourism Management, Clemson University.
- Yousefi, M. & Marzuki, A. (2012). Travel motivations and the influential factors: the case of Penang, Malaysia. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 23(2), 169-176.
- Ünlü, İ. (2013). *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- <<http://www.kayserikultur.gov.tr/Eklenti/6627,126-133pdf.pdf?0>> Erişim Tarihi: 26 Temmuz 2015.
- Fournier, M., de Ridder, D., & Bensing, J. (1999). Optimism and adaptation to multiple sclerosis: What does optimism mean? *Journal of Behavioral Medicine*, 22, 303-326.





## PROFESYONEL MAĞARACILARIN GÖZÜNDEN MAĞARA SPORU VE MAĞARALARIN TURİZMDE DEĞERLENDİRİLMESİ

### CAVE SPORT FROM PROFESSIONAL CAVER'S PERSPECTIVE AND EVALUATION OF CAVE IN TOURISM

Sercan BENLİ\*\*, Mehmet CAN\*\*\*, Çağla ÜST CAN\*\*\*\*,

**ÖZET:** Mağaracılık, mağaraların araştırılması ve haritalandırılması amacıyla yapılan, özellikle macera sporlarına ilgi duyanların tercih ettiği bir doğa sporudur. Son yıllarda Türkiye’de de bu spora yönelik talebin artması ve Türkiye’nin sahip olduğu mağara kaynaklarının çokluğu bu yönde çalışmaların yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bu çalışma, Türkiye’deki mağara sporunun gelişebilmesi ve belirli bir sistem dâhilinde yapılması, sonrasında da kontrollü bir şekilde turizmde değerlendirilmesi amacıyla bu sporu profesyonel bir şekilde yapan insanların görüşlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, Türkiye’de mağaracılık alanında faaliyet gösteren federasyon, dernek, topluluk, kulüp ve birliklerin yönetim kademesinde yer alan ve aynı zamanda bu sporu profesyonel bir şekilde gerçekleştiren 19 kişiye ulaşılmıştır. Çalışma kapsamında, belirlenen amaç doğrultusunda 3 sorudan oluşan ve katılımcıların açık uçlu bir şekilde yanıtlamaları istenen bir görüşme protokolü hazırlanmış ve katılımcıların bu sorulara yanıt vermeleri istenmiştir. 2015 yılı Ekim-Aralık ayları arasında gerçekleştirilen çalışmada elde edilen yanıtlar, içerik analizine tâbi tutulmuştur. Analiz kapsamında, mağara sporu esnasında sahip olunması gerekenler, mağara sporu ile ilgili yaşanan sorunların belirlenmesi, mağaraların turizm kapsamında değerlendirilirken nasıl bir yol izlenmesi gerektiği konularında elde edilen kodlar belirli temalar altında boyutlandırılmıştır. Çalışma elde edilen bulgular ışığında birtakım sonuç ve önerilerle sonlandırılmıştır.

**Anahtar sözcükler:** Mağara, mağaracılık, mağara sporu, mağara turizmi, Türkiye.

**ABSTRACT:** Caving is a type of sports activity done by those who are especially interested in adventure sports in order to investigate and map the caves. The increasing demand for this sport in recent years in Turkey having an abundant source of caves requires these kinds of researches to be conducted. The purpose of this study is to reveal the opinions of the people doing the caving activities professionally in order to develop it, do it systematically and utilize it in tourism in a controlled manner. To this end, 19 people who are administrative staff of the federations, associations, groups, clubs, and unions operating in caving field and professionally doing this sport were contacted. In line with the purpose of this study, an interview protocol consisting of three questions, to which the participants were asked to give open ended responses, was prepared. The responses obtained from the study which had been conducted between October and December in 2015 were subjected to content analysis. In analysis, the obtained codes, which are in the topics of what needs to be used during cave sport, determining the problems related to cave sport, and evaluating the ways to utilize caves in tourism, were seized under specific themes. The study was concluded with a number of conclusions and recommendations in the light of obtained findings.

**Keywords:** Cave, caving, cave sports, cave tourism, Turkey.

## 1. GİRİŞ

Önemini gün geçtikçe artıran turizm endüstrisinde, özellikle son dönemlerde büyük gelişmeler yaşanmaktadır. Turizmin gelişimi, günümüze kadar klasik turizm hareketleri ve çeşitleri üzerinde yoğunlaşılmasıyla sağlanmıştır. Ancak artan turist sayısı, yeni turizm alanlarının ve çeşitlerinin ortaya çıkması gereğini ön plana çıkarmıştır. Bu sayede turizm

\*\* Arş. Gör., Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Mersin-Türkiye, e-posta: sercanbenli@mersin.edu.tr

\*\*\* Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu, Aksaray-Türkiye, e-posta: mehmet23can@hotmail.com

\*\*\*\* Öğr. Gör., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu, Aksaray-Türkiye, e-posta: caglaust87@hotmail.com

endüstrisi içinde sürdürülebilir turizm, alternatif turizm, eko turizm, doğa turizmi ve yeşil turizm gibi birçok kavram giderek popülerlik kazanmıştır (Kim vd., 2008). Bu açıdan, turizm hareketlerindeki yoğunluğun yılın diğer aylarına taşınarak zamansal sorunun ortadan kaldırılması, turizmden elde edilen gelirlerin artırılması, turizm yatırımlarının daha verimli kullanılması ve bunun gibi turizmin birçok olumlu sonuçlarının yansımaları alternatif turizm seçeneklerini gündeme getirmiştir (Albayrak, 2013). Geçmişten günümüze barınma, sığınma, depolama, zirai üretim amaçları ile kullanılan mağaralar son zamanlarda turistik olarak da değerlendirilmeye başlanmıştır (Bekdemir vd., 2004; Novas vd., 2017) Bu kapsamda alternatif turizm çeşitleri arasında hobiye dayalı ilgi turizmi içerisinde değerlendirilen mağara turizmi, özellikle bu alana ilgi duyan ve aktif olarak bu sporu yapan insanların yoğun olarak tercih ettiği bir turizm şekli olarak ortaya çıkmıştır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012). Mağara turizminde spor yapmanın yanında, mağaraların doğal güzellikleri ve kendine özgü gizemi de turizm için potansiyel kaynaklar olarak kabul edilmiştir (Kim vd., 2008). Öte yandan, Albayrak (2013) ve Haberal (2015) mağara turizmini yine alternatif turizm kapsamında kırsal turizm başlığı altında değerlendirmişlerdir. Bu kapsamda, ilk insanların yaşam alanı olarak kullanılmaları, sportif etkinlik ortamı yaratmaları, arkeolojik özelliklere sahip olmaları, çekici bir görünüme sahip olmaları ve sağlığa iyi gelebilme özellikleri nedeniyle mağaralar, turizm açısından büyük bir öneme sahip olmuştur (Albayrak, 2013; Novas vd., 2017). Mağaraların özellikle kırsal alanlarda ve dağlık bölgelerde bulunduğu göz önüne alındığında bu alanlarda yapılacak turizm faaliyetlerinin bölge için olumlu sonuçlar doğurması muhtemeldir (Kim vd., 2008). Buradan hareketle, Türkiye'nin çok sayıda mağara kaynağına sahip olmasından yola çıkarak yapılabilecek mağara turizmi çalışmalarında ne gibi yolların izlenebileceği ve ne gibi önlemlerin alınması gerektiğinin ortaya konulmasında büyük yarar görülmektedir. Dolayısıyla bu araştırma, alternatif turizm faaliyetleri içerisinde mağara turizmini geliştirme düşüncesiyle hareket eden kuruluşlara önemli görülen ve dikkat edilmesi gereken hususların sunulması açısından önem arz etmektedir.

### 1.1. Kavramsal Çerçeve

Alternatif turizm, kitle turizmine alternatif olarak gelişen turizm türlerini ele alan bir kavramdır. Albayrak'a (2013, s. 39) göre alternatif turizm şu şekilde ifade edilmiştir;

*Bu güne kadar gerçekleştirilen turizm hareketleri ve faaliyetlerinin olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak, turizme kaynak oluşturacak yeni ürünler üretmek için kıyı turizmine bir alternatif olarak geliştirilen, diğer taraftan ülkelerin turizme ilişkin kaynaklarını en üst düzeyde kullanarak elde ettiği gelirlerini maksimize etmeyi, uzun süreli programlarla turizmin sürdürülebilirliğini ve çevreyi korumayı hedefleyen, turistlerin farklı ihtiyaç, istek ve beklentilerini karşılama amacına hizmet eden turizm faaliyetlerini ifade etmektedir.*

Weaver'a (1999) göre alternatif turizm, tamamen kitle turizmine zıt özelliklere sahip olan, bölgesel olarak kontrol edilebilen ve yerel mimariye uyan bir turizm çeşididir. Oral ve Başarır'a göre ise alternatif turizm, doğal kaynakları koruyarak kaliteli bir çevre oluşturmayı ve aynı zamanda alternatif turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği bölgede yaşayan yöre halkının turizm faaliyetleri kaynaklı ekonomik fayda elde etmelerini amaçlayan bir turizm çeşididir (Albayrak, 2011).

Çekiciliğini yavaş yavaş kaybetmeye başlayan kitle turizmine karşı yeni turizm modellerinin geliştirilmesi fikrini doğuran alternatif turizm kavramı 1990'lı yıllarda ortaya çıkmıştır (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008). Alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasını sağlayan temel etkenler; turizmin artan olumsuz çevresel etkilerinin fark edilmesi, farklı turistik aktiviteler arayan turist sayısındaki artış, ekonomik ve çevresel etkenlerin giderek önem kazanması, sürdürülebilir turizm anlayışının ortaya çıkması, turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılmak istenmesi ve turizm pazarındaki genel eğilimlerin alternatif turizm çeşidine doğru kayması şeklinde sıralanabilir (Bulut, 2006; Kılıç ve Kurnaz, 2010).

Öztürk ve Yazıcıoğlu (2002), gelişmekte olan ülkelerin turizm pazarından aldıkları payı artırmanın ve ülke ekonomilerine katkıda bulunmalarının ancak sundukları turizm hizmetlerini ve çeşitlerini geliştirmelerine bağlı olduğunu öne sürmektedir. Türkiye açısından bakıldığında, kitle turizmi ve deniz, kum, güneş turizmi olarak ülkenin batı ve güneybatı kıyılarında yoğunlaşmış gibi görünse de TÜRSAB'ın 2005 yılında yaptığı araştırmada insanların Türkiye'ye seyahat amaçlarının değişiklik gösterdiği saptanmıştır. TÜRSAB'ın bu araştırmasında insanların alternatif turizm türlerine yönelik seyahat yapma eğiliminde artış gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Değişen seyahat amaçlarına paralel olarak ülkedeki bu ihtiyaçları karşılayacak kullanılabilir ve geliştirilmeye müsait alanların keşfedilmesi ve yeni yatırımların yapılması gerekliliği de beraberinde gelmektedir (Yeşiltaş ve Özgür, 2008).

Turizmin çeşitlendirilerek alternatif alanlara yönelme düşüncesi, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013 kapsamında da ortaya konulmuştur. Bu kapsamda, Türkiye'nin sahip olduğu çok sayıda mağaranın da değerlendirilmesi gerektiği yönünde ifadeler yer almaktadır. Özellikle itibarıyla mağaralar bir karstik erime şekli olup, içinde farklı formlarda çok fazla karstik birikim şekli barındırmakta ve bunlar uzun zaman diliminde oluşmaktadır. Bu oluşum evreleri mağaraları turistler için daha gizemli bir hale getirmekte ve ilgilerini daha çok çekmektedir (Öcal ve Özcan, 2013). Bu bağlamda alternatif turizm örneklerinden olan ve turistik amaçlı bir şekil alan mağara ziyaretleri giderek artmış, son yüzyılda herkesin görmek istediği gizemli görünümlü mağaralar turistik aktiviteler için bir hedef haline gelmiş ve günümüzde turizm sektöründe önemli bir yere ulaşmıştır (Yücel, 2008).

Yeryüzü ile bağlantısı, gün ışığının ulaşamayacağı kadar derinliği olan ve en az bir insanın sığabileceği alana sahip yer altı boşlukları olarak tanımlayabileceğimiz mağaralar (Northup ve Lavoie, 2001), binlerce yılda oluşan eşsiz görsel zenginlikleriyle bugün Türkiye turizminde önemli bir öge durumuna gelmektedir. Macera ya da sportif amaç dışında gidilmesi pek düşünülmeyen mağaralar alternatif turizm amacıyla gündeme gelmiş ve günümüzde aktif turizm anlayışının öne çıkan türlerinden biri olma yolunda hızla ilerlemiştir (Ulusan, 2009). Turizm türlerinin geliştirilmesi kapsamında, Türkiye'de turizm hareketlerinin diğer bölgelere ve yılın diğer aylarına yaygınlaştırılması amacıyla son yıllarda mağara turizmi konusunda yapılan çalışmalar artış göstermektedir. Türkiye'de halen insan eli değmemiş binlerce mağaranın bulunması bu turizm türünün gelecekte daha fazla gelişeceğine işaret etmektedir (Kozak vd., 2010).

Türkiye'de mağara turizminin geçmişi 1950'lere dayanmaktadır. Turizm amaçlı olarak açılan ilk mağara; 1950 yılında Antalya'da açılmış olan Alanya Damlataş Mağarasıdır. Sonrasında 1965 yılında açılmış olan Burdur İnsuyu ve Silifke Narlıkuyu-Dilek Mağaraları da o dönemde turizme açılan ilk mağaralardandır (Yücel, 2008). Kültür ve Turizm Bakanlığı 2016 yılı verilerine göre Türkiye'de turizme açık 31, ekipmanlı normal ziyaretçilerin rehber eşliğinde ziyaret edebileceği 12 ve ekipmanlı profesyonel ziyaretçilerin girebileceği 7 olmak üzere toplam 50 mağara ziyarete açıktır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ayrıca, mağaraların turizme açılması hususunda bazı kriterlerin sağlanmasını gerekli görmektedir. Öncelikle mağaranın kendine has çekicilik özelliklerinin olması ve turizm açısından önem arz eden, turizme hizmet veren yerleşim merkezlerine yakın olması gerekmektedir. Öte yandan mağaraya ulaşımın kolay ve rahat sağlanabilir olması, mağara girişinin ve çevrenin ziyarete gelenlere hizmet vermeye uygun düzenlenme yapılmasına elverişli olması gerekmektedir. Bu kriterleri taşıdığı belirlenen mağaralar için gerekli raporlar hazırlandıktan ve proje uygulaması tamamlandıktan sonra mülkiyet hakkı saklı kalmak kaydıyla ilgili valilik tarafından mağara işletilmek üzere özel sektöre kiralanabilir ve böylece söz konusu mağara turizme kazandırılabilir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012). Mağaraların turizme açılmasında genel olarak geçmişten günümüze kadar uygulanmakta olan yaklaşımda; mağaranın girişine kadar asfalt yol yapılmakta, mağara ağzında giriş genişletilerek mağara içerisine yürüyüş yolları açılmakta ve gerekli düzenlemeler ile aydınlatma yapılmaktadır. Bu yaklaşım, gelişmiş ülkelerde yerini korumacı speleo-turizm

yaklaşımına bırakmaya başlamıştır. Bu yaklaşımda, mağara bulunduğu şekilde bakir halde bırakılmaktadır. Mağaranın etkilenmeyeceği bir uzaklıkta ziyaretçi merkezi inşa edilmekte ve bu merkezde ziyaretçilere baret, hazne takımı, tulum, bot, çelik merdiven gibi mağaracı ekipmanlarını kiralama imkânı sunulmaktadır. Gerekli malzemeleri temin eden ziyaretçiler mağarayı alan kılavuzu eşliğinde gezmektedir (Yücel, 2008).

Günümüzde mağaralarla ilgili etkinlikler “Uluslararası Mağaracılar Birliği” (*UIS: International Union of Speleology*) ve “Uluslararası Turizme Açık Mağaralar Birliği” (*ISCA: International Show Caves Association*) örgütleri tarafından denetim altına alınmaya çalışılmaktadır. 1965 yılında kurulan UIS ile tüm dünyadaki mağaracılar bir birlik altında toplanmışlardır. Bu birlik bünyesinde yaklaşık 60 ülke temsil edilmektedir. Şu anda UIS bünyesinde Türkiye’yi, Mağara Araştırma Derneği temsil etmektedir (Yücel, 2008). UIS mağaraların tamamen profesyonelce araştırma yapma ve sportif amaçlı kullanıma açılması gerektiğini ve mağaraların doğal dengesinin hiçbir şekilde bozulmaması gerektiğini savunmaktadır. ISCA ise mağaraların modern yöntemlerle daha geniş kullanımlı bir şekilde yaygınlaştırılmasını yani mağara turizminin geliştirilmesini savunmaktadır. Bu iki birlik 2002 yılında birbirlerinin çalışmalarını destekleyeceklerine ilişkin bir protokol imzalamıştır. Bu protokole; tanınmış mağaralara sahip olanların, mağara işletenlerin ve işletmeye açmak isteyenlerin uluslararası organizasyonda bir çatı altında toplanması, tüm mağaraların korunmasının teşvik edilmesi ile mağaraların varlığının devamının sağlanması, insanların mağaralara ilgisinin artırılması, mağara yöneticileri arasındaki dostluk ruhunun geliştirilmesi ve ISCA’nın faaliyetlerini UIS ile işbirliği kapsamında sürdürmesi kararları alınmıştır.

## 1.2. Mağara Turizmine İlişkin Alanyazın Taraması

Alanyazında mağaracılık ve turizm ilişkisini inceleyen çalışmaların farklı bakış açılarıyla değerlendirildikleri görülmektedir. Bu çalışmalar yoğunluklu olarak; belirli bir mağaranın ya da mağara bölgesinin turizm potansiyelinin değerlendirilmesi (Özdemir, 2005; Ceylan ve Demirkaya, 2006; Ballesteros ve Ramirez, 2007; Ceylan, 2007; Russell ve Maclean, 2008; Sever, 2008; Yeşil vd., 2008; Karadeniz vd., 2009; Knežević ve Žiković, 2011; Spalević ve Igračev, 2011; Zaman vd., 2011; Arpacı vd., 2012; Öcal, 2012; Akdağ, 2013; Öcal ve Özkan, 2013; Özşahin ve Kaymaz, 2014; Rindam, 2014; Kaya vd., 2015; Bekdemir ve Sezer, 2016) turizmde kullanılan mağaraların nasıl etkilendiklerinin ve ne gibi önlemlerin alınması gerektiğinin araştırılması (Cigna, 1993; Pulido-Bosch vd., 1997; Baker ve Genty, 1998; Linhua vd., 2000; Pavlovich, 2003; Mulec ve Kubešova, 2010; Pingbin vd., 2012; Gabrovsek vd., 2014; Mulec, 2014; Faille vd., 2015; Novas vd., 2017) turistik amaçla kullanılan mağaraların taşıma kapasitelerinin değerlendirilmesi (Doorne, 2000; Šebela ve Turk, 2014; Lobo, 2015) mağaraların turistik destinasyonlarda bir ürün haline dönüştürülmesinin incelenmesi (Wanhill, 2000; Bekdemir vd., 2004; Bočić vd., 2006), turizm amaçlı kullanılan mağaraların korunması (Duval, 2006; Lobo ve Moretti, 2009) konuları üzerinde gerçekleştirildiği görülmektedir.

Cigna (1993), yaptığı araştırmada İtalya’da turistik amaçla kullanılan iki mağaranın yıl boyunca maruz kaldığı etkileri incelemiştir. Cigna yıl içinde mağaraların sel baskını gibi doğal olaylar sonucunda bir takım tahribatlar yaşadığını ortaya koymuştur. Ayrıca çalışmada, mağaralara yıl boyunca yapılan ziyaretçi sayıları doğrultusunda oluşan karbondioksit salınımı, mağara içindeki nem ve ısı oranının değişimi, ışıklandırmanın etki düzeyi incelenmiştir. Sonuç olarak mağaraların taşıma kapasitelerinin, dayanıklılık seviyesinin, tahribat oranlarının değişkenlik gösterdiği; bu değerlerin mağaranın turizme açılmadan önce belirlenmesi gerektiği vurgulanmıştır. Belirlenen bu değerler doğrultusunda yıllık ziyaret dönemlerinin sayılarının bir program dahilinde oluşturulması ve uygulanması gerekliliği belirtilmiştir.

Turistik amaçlı kullanılan mağaralara insanların nasıl etki ettiğini araştıran bir diğer araştırma ise Pulido-Bosch ve diğerleri (1997) tarafından gerçekleştirilmiştir. Turistik olarak

değerlendirilen İspanya'daki Mucize Mağara'sındaki değişiklikleri gözleyen araştırmacılar; mağara içindeki hava, nemlilik, sıcaklık, karbondioksit salınımı değerlerini, canlıların yaşayışlarını ve mağara iç yapısının değişimini incelemiştir. Araştırma sonucunda, mağara turistlerinin en büyük etkiyi ortam sıcaklığını artırarak yaptıkları belirtilmiştir. Burada üzerinde durulan konu mağara içi sıcaklığının mevsimsel olarak değişkenlik göstermesinin yanında günlük olarak da değişkenlik gösterdiği'dir. Dolayısıyla, sıcaklığın yüksek olduğu mevsimlerde ve özellikle saatlerde ziyaretçi sayısının en düşük düzeye düşürülmesinin hatta gerekli görüldüğü zamanlarda mağaranın ziyarete geçici olarak kapatılması gerektiği önerilmektedir. Araştırmada ayrıca gerek ısının gerekse de karbondioksit oranının aşırı yükselmemesi amacıyla bir havalandırma sisteminin oluşturulması da önerilmektedir.

Duval (2006) çalışmasında farklı olarak mağaraların turizmde değerlendirilirken politik açıdan ne gibi çalışmaların yapıldığını incelemeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda Duval, yoğunluklu olarak mağara bölgelerine sahip olan Fransa ve Slovenya'nın yürüttüğü çalışmaları incelemiştir. Yapılan inceleme ve karşılaştırma sonucunda Slovenya'nın mağaraların korunmasına yönelik ciddi kuralları uyguladığı, sıkı bir denetim gerçekleştirdiği, mağara ziyaretlerinin kapasitelerinin altında tutulduğu bu sayede mağaralara verilen tahribatın en düşük seviyeye çekildiği belirtilmiştir. Mağaraların denetlenmesinin de ciddi bir şekilde yapıldığı Slovenya'da mağaralar durumlarına göre; ziyaretçiye açık, kısmen ziyaretçiye açık ve sadece bilim insanlarının girebildiği şeklinde üç gruba ayrılmıştır. Ayrıca Slovenya mağara alanlarının korunması için yasal düzenlemeler ve koruma politikaları geliştirmiştir. Fransa ise bu konuda etkin bir sistem geliştirememekle birlikte mevcut mağaraların denetimi konusunda da serbest bir anlayış sergilediği belirtilmektedir. Dolayısıyla Fransa'da gerek bilimsel açıdan gerekse de yasal düzlemde mağaralara yönelik çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Şebela ve Turk (2014) mağaraların turizmde sürdürülebilirlik ekseninde kullanılabilmesi amacıyla Slovenya'da yer alan Predjama Mağarası'nı ziyaretçi hareketleri ile birlikte mağarada gerçekleşen değişimleri incelemiştir. Araştırma kapsamında benzerlerinde olduğu gibi mağaranın günlük ziyaretçi sayıları ile ısı, nem ve canlı yaşamı incelemeye alınmıştır. Sonuç olarak mağaranın taşıma kapasitesinin aşıldığı, bu nedenle yıl içindeki ziyaretçi sayısının azaltılması gerektiği vurgulanmıştır. Mağara içinde yer alan ışıklandırma, yürüyüş yolu gibi sonradan yapılan eklentilerin doğal alanı gözeterek tekrar restore edilmesi gerektiği belirtilmiştir. Araştırma sayesinde ileri sürülen bu önermeler ilgililerce uygulanmış ve sürdürülebilirlik adına mağarada somut adımlar atılmıştır.

## 2. YÖNTEM

Araştırma, temel araştırmalar kapsamında açıklayıcı düzeyde tasarlanmıştır. Bu tür araştırmalar şu şekilde ifade edilmektedir.

*Varlığı hissedilen bir problemin gerçekten ne olduğu ve hangi değişkenlerin etkisinde olduğu, durumu aydınlatmak için en uygun yaklaşımların neler olabileceği ana çizgilerle belirlenmeye çalışılır (Karasar, 2014, s. 24).*

Bu tanım ışığında, böyle bir araştırma için nitel veri toplama yönteminin daha uygun olacağı düşünülmüştür.

*Nitel veri toplanan araştırmalarda, en düşük örnek büyüklüğünün 15 olması gerekmektedir (Mason, 2010, s. 13).*

Bu bağlamda hem aktif mağara sporcusu hem de mağara sporu ile ilgili faaliyet gösteren bir kurumun yönetiminde bulunan 19 kişiye yarı yapılandırılmış soru formu gönderilmiştir. Bu formda yer alan sorular araştırmacılar tarafından alan yazına bağlı kalınarak oluşturulmuştur.

Araştırma kapsamında katılımcılara, 2015 yılı Ekim-Aralık ayları içerisinde mağara sporu ve mağara turizmi ile ilgili yazılı olarak aşağıdaki üç soru yöneltilmiştir.

- Mağara sporunu nasıl tanımlıyorsunuz?
- Mağara sporuna elverişli yerler sizce nasıl korunmalıdır?
- Sizce bir mağara, turizme açılırken nelere dikkat edilmelidir?

Sorulara alınan yanıtlar, nitel veri analiz tekniklerinden biri olan içerik analizine tabi tutulmuştur.

*İçerik analizi, yazılı veya sözlü bir şekilde toplanan verilerin kodlanarak sayısallaştırılması, sonrasında kavramsallaştırılması, ortaya çıkan bu kavramlara göre tutarlı bir şekilde düzenlenerek veriyi açıklayan kategorilerin belirlenmesi sürecidir (Balci, 2011, s. 229; Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 259).*

Yapılan içerik analizinde kodlar, alan yazından yararlanılarak hazırlanmış olup, daha sonra bu kodlar üst kategorilerde birleştirilmiştir.

## 2.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma, Türkiye'deki mağara sporunun gelişebilmesi ve belirli bir sistem dahilinde yapılması, sonrasında da kontrollü bir şekilde turizmde değerlendirilmesi amacıyla bu sporu profesyonel bir şekilde yapan insanların görüşlerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ayrıca, araştırma sonucunda elde edilen görüşler anlamlı boyutlar altında birleştirilerek, hangi yollar izlenerek mağaraların turizm kapsamında değerlendirilebileceği yönünde öneriler geliştirmeyi de amaçlamaktadır.

## 3.2. Çalışma Grubu

### 3.2.1. Çalışma Grubunun Özellikleri

Türkiye'de mağara sporu ile profesyonel açıdan ilgili olan federasyonlar, dernekler ve birliklerde, gerek bu kurumların yönetiminde bulunan gerekse de mağara sporunu aktif ve profesyonel bir şekilde yapan kişiler araştırmanın çalışma grubunu oluşturulmaktadır. Bu doğrultuda oluşturulan görüşme formu belirtilen özelliklere sahip 52 kişiye ulaştırılmış 19 kişiden dönüş sağlanmıştır.

## 3. BULGULAR

Araştırmaya katılan katılımcıların demografik özelliklerinin dağılımı ve mağara sporunu tanımlayıcı ifadeleri Tablo 1'de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğunun erkek, orta yaş grubunda yer aldığı, yüksek eğitim düzeyinde ve en az 2 yıldır bu spor ile ilgilendikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri ve Mağara Sporunu Tanımlayıcı İfadeleri

Görüşme Numarası	Cinsiyet	Yaş	Deneyim	Meslek	Tehlikeli	Eğlenceli	Heyecanlı	Keşfetme arzusu	Sosyallik	Doğal ortam	Takım dayanışması	Macera barındıran	Mücadele isteyen	Dayanıklılık gerektiren	Dikkat gerektiren	Bilgi gerektiren	Σ
G1	E	31	5	Mühendis	X	X	X	X	X								5
G2	E	52	33	Doktor				X		X	X	X	X				5
G3	E	39	21	Mühendis	X		X	X		X	X	X		X			7
G4	E	50	29	Doktor				X			X			X	X		4
G5	K	30	11	Akademisyen							X			X	X	X	4
G6	E	48	26	Mühendis			X	X									2
G7	E	45	21	Mühendis				X			X			X		X	4
G8	E	25	7	Mühendis				X			X						2
G9	E	36	18	Memur				X						X			2
G10	K	34	4	Akademisyen				X	X	X	X						4
G11	E	28	7	Akademisyen	X		X	X	X		X		X	X			7
G12	E	18	2	Öğrenci		X		X								X	3
G13	E	36	9	Öğretmen				X	X	X							3
G14	E	52	33	Böl. Çevre Yön.				X			X						2
G15	E	25	7	Mühendis			X	X	X	X							4
G16	E	24	5	Mühendis				X									1
G17	K	22	2	Öğrenci				X		X							2
G18	E	25	3	Öğrenci	X			X	X	X	X		X			X	7
G19	E	52	18	Mali Müşavir	X		X				X		X	X		X	6
Σ					5	2	6	17	6	7	11	2	4	7	2	5	74
%					6,7	2,7	8,1	23,0	8,1	9,5	14,9	2,7	5,4	9,5	2,7	6,7	100

Tabloda ayrıca, katılımcıların mağara sporunu nasıl tanımladıklarına yönelik ifadelerinden türetilen kodlar yer almaktadır. Tespit edilen kodlar (ifadeler, görüşler) arasında “keşfetme arzusu” ve “takım dayanışması” ifadeleri, daha çok paylaşılan veya düşünülen görüş olmaktadır. En az belirtilen görüş ise “eğlenceli”, “macera” ve “dikkat gerektiren” şeklinde tespit edilmektedir. Bu noktadan hareketle, Tablo 1’de yer alan görüşler, anlamlı bütünler oluşturacak şekilde üst kategorilerde birleştirilerek Tablo 2’de sunulmuştur. Kategoriler şu şekilde isimlendirilmiştir.

Tablo 2: Mağara Sporunu Tanımlayıcı Katılımcı İfadelerinin Kategorilere Ayrıştırılması

Mağara Sporuna	Kullanılan İfadeler	Σ <sub>i</sub>	Σ <sub>i</sub> (74)	%	% (100,0)
(1) Ekstrem (Aşırı Uç) Bir Spor	(1.1) Dayanıklılık gerektiren	7	28	9,5	37,8
	(1.2) Heyecanlı	6		8,1	
	(1.3) Tehlikeli	5		6,7	
	(1.4) Mücadele isteyen	4		5,4	
	(1.5) Eğlenceli	2		2,7	
	(1.6) Macera barındıran	2		2,7	
	(1.7) Dikkat gerektiren	2		2,7	
(2) Etkileşimli Bir Spor	(2.1) Takım dayanışması	11	24	14,9	32,5
	(2.2) Doğal ortam	7		9,5	
	(2.3) Sosyallik	6		8,1	
(3) Merak ve Öğrenmeye Dayalı Bir Spor	(3.1) Keşfetme arzusu	17	18	23,0	29,7
	(3.2) Bilgi gerektiren	5		6,7	

Katılımcılar mağara sporunu tanımlarken verdikleri yanıtların % 37,8’ini ekstrem (aşırı, uç) bir spor olarak değerlendirdiği yönündedir. Bu boyutun en yüksek frekans değerine sahip olan dayanıklılık ve heyecanlı tanımlamaları ile ilgili 11 numaralı katılımcı ifadesi şu şekildedir;

...Koşullar gereği bazen çok soğuk bölgelerde, çoğu zaman sırsıklam, bazı mağaraların yapısı gereği çok yorularak ve zorlanarak yapılmakta. İlk defa girdiğiniz mağaralarda, mağaraların yapısından dolayı bir sonraki adımda ne ile karşılaşacağınızı bilmemek, bunun verdiği heyecan hiçbir şey ile değişilemez...

Diğer bir boyut olan etkileşimli bir spor hakkında 10 numaralı katılımcının ifadesi ise şöyledir;

...Takım halinde yapılan bireyler arası iletişim ve koordinasyon temeline dayanan bir spordur. Amaç mağaraların haritalanması, araştırılması ve güzelliklerin görülmesidir. Doğaya uyum esastır...

Merak ve öğrenmeye dayalı bir spor boyutu hakkında 7 numaralı katılımcı, şunları ifade etmiştir;

...teknik beceri ve bilgi gerektiren, aynı zamanda yeni yerler keşfetme isteğiniz tatmin edebilen bir spordur...

Katılımcı ifadelerinden alınan yanıtlar doğrultusunda oluşturulan kodlar ve ortaya çıkan boyutlar neticesinde mağara sporunun temelinde keşfetme arzusunun yattığını ve tam bir ekip dayanışması gerektirdiğini söylemek mümkündür. Ayrıca bu spor, tamamıyla dayanıklılık gerektirirken içerisinde yoğun bir heyecan ve biraz da tehlikeyi barındırmaktadır.

**Tablo 3: Mağara Sporuna Elverişli Yerlerin Korunmasına Yönelik Katılımcı İfadeleri**

Görüşmeci Numarası	Sporcunun bilgilendirilmesi	Bölge insanının bilgilendirilmesi	Rehber eşliğinde ya da mağara birliklerine üye olarak katılarak bu	Uygun ekipman kullanımı	Fiziki yapının değiştirilmemesi	Denetleme	Doğal yapının bozulmaması	Güvenlik önlemleri	Bilgilendirme ve yönlendirme	Uzman birimlerden görüş alınması	Koruma alanı ilan edilmesi	Σ
G1	X		X									2
G2	X	X	X	X	X	X	X	X				8
G3	X	X				X						3
G4	X								X			2
G5	X				X		X		X	X		5
G6						X						1
G7					X	X	X	X	X	X		6
G8		X			X		X	X		X	X	6
G9		X				X			X			3
G10			X									1
G11		X			X	X	X	X		X		6
G12		X										1
G13					X		X					2
G14				X		X		X			X	4
G15	X		X									2
G16			X		X							2
G17	X	X	X				X					4
G18	X	X					X					3
G19		X			X	X	X	X		X	X	7
Σ	8	9	6	2	8	8	9	6	4	5	3	68
%	11,8	13,2	8,8	2,9	11,8	11,8	13,2	8,8	5,9	7,4	4,4	100

Araştırmada ayrıca, mağara sporuna elverişli yerlerin korunmasına yönelik katılımcıların görüşleri de öğrenilmek istenmiştir. Bu doğrultuda alınan yanıtlardan üretilen kodlar, Tablo 4'te yer almaktadır. Katılımcılara göre mağaraların korunmasında bölge insanının bilgilendirilmesi ve mağara doğal yapısının bozulmaması yönünde çalışmaların yapılması en önemli unsurlar



olarak görülmektedir. Elde edilen en düşük frekanslar ise mağaralara uygun ekipman ile girilmesi ve bölgenin koruma alanı ilan edilmesi şeklindedir.

Tablo 3'te yer alan 11 ifade, birbirine anlam ve ilgi bakımından 4 kategori altında bir araya getirilerek Tablo 4'te sunulmuştur.

**Tablo 4: Mağara Sporuna Elverişli Yerlerin Korunmasına Yönelik Katılımcı İfadelerinin Kategorilere Ayrıştırılması**

Turizmin Etkileri	Kullanılan İfadeler	$\Sigma_i$	$\Sigma_i$ (68)	%	% (100,0)
(1) Devletin Sorumlulukları	(1.1) Denetleme	8	27	11,8	38,3
	(1.2) Güvenlik önlemleri	6		8,8	
	(1.3) Uzman birimlerden görüş alınması	5		7,4	
	(1.4) Bilgilendirme ve yönlendirme çalışmaları	4		5,9	
	(1.5) Koruma alanı ilan edilmesi	3		4,4	
(2) Dokunun Korunması	(2.1) Doğal yapının bozulmaması	9	17	13,2	25,0
	(2.2) Fiziki yapının değiştirilmemesi	8		11,8	
(3) Eğitim	(3.1) Bölge insanının bilgilendirilmesi	9	17	13,2	25,0
	(3.2) Sporunun bilgilendirilmesi	8		11,8	
(4) Birliklerin Sorumlulukları	(4.1) Rehber eşliğinde ya da mağara birliklerine katılarak bu sporun yapılması	6	8	8,8	11,7
	(4.2) Uygun ekipman kullanımı	2		2,9	

Katılımcılar mağaraların korunması yönünde en büyük sorumluluğun devlete ait olduğunu belirtmişlerdir. Mağaraların ve buldukları bölgelerin gerekli görüldüğü takdirde koruma altına alınması, her türlü tahribatın önlenmesi adına güvenlik önlemlerinin alınması, mağaralara girecek kişilerin bilgilendirilmesi ve yönlendirilmesi devletin üstlenmesi gereken sorumluluklar olarak belirtilmiştir. Tabi bu işlemlerin yapılmasında konu ile ilgili uzmanlardan destek alınması gerektiği de vurgulanmıştır.

Boyutlarla ilgili katılımcı ifadeleri incelendiğinde devletin yerine getirmesi gereken sorumluluklar ile ilgili 8 numaralı katılımcı ifadesi şu şekildedir;

*...Mağaralara hukuki düzlemde anlam kazandırmak adına (bölgenin milli park ilan edilmesi gibi) çalışma yapılmalıdır... Ayrıca mağaralar periyodik denetlenerek gerekli güvenlik önlemleri alınmalıdır...*

Katılımcılar ayrıca doğal dokunun korunmasına yönelik değerlendirmelerde de bulunmuşlardır. Bununla ilgili olarak 5 numaralı katılımcı ifadeleri şu şekildedir;

*...mağaraların olduğu gibi korunması ve zarar verilmemesi gereklidir... Mağaralara girilen yerlerde jeolojik veya biyolojik açıdan önceden incelenmiş olması önemli bir unsurdur. Hem diğer canlıları rahatsız etmemek hem de bilinçsizce yapılacak inşalara meyil vermemek açısından önemlidir...*

Katılımcıların %25'inin değindiği eğitim boyutu ile ilgili 17 numaralı katılımcı şunları belirtmiştir;

*...Mağara sporunu yapacak kişilerin zaten bunun bilincinde olması gerektiğine inanıyorum... ancak bu işle ilgilenmeyen insanları bilinçlendirmek, oluşumların çok uzun yıllarda oluştuğunu, bunların eşi bulunmaz bir miras olduğunu, orada yaşayan canlıların evine misafir olarak gittiğimizi ve onların doğal yaşam alanını bozmamız gerektiğini aşlamamız gerekir...*

Birliklerin sorumlulukları boyutu ile alakalı 2 numaralı katılımcı ifadesi ise şu şekildedir;

*...Mağaralardaki aktivitelerin en az zarar verecek şekilde, rehberler gözetimi ve kontrolünde, temel mağaracı donanımları ile gerçekleştirilmesinin sağlanması ve de mağaralara hiçbir şekilde mağara dokusuna ait olmayan bir malzeme ile inşaat vb. kalıcı dökeme yapılmamasıdır...*

Katılımcılar öte yandan, mağaraların içinde yer alan doğal yapının korunması ve bölge insanının yanında mağara sporcularının da bilinçlendirilmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Son olarak katılımcılar mağara birliklerinin de bu varlıkların korunmasında sorumluluklarının bulunduğunu belirtmişlerdir. Bunun birliklerin özellikle mağaralara rehberli ziyaretlerin yapılması, bu sporun birliklere üye olunarak gerçekleştirilmesi ve sporcuların uygun ekipmanlarla mağaralara girmeleri yönünde sorumluluklarının olduğunu ve bu doğrultuda çalışmalar gerçekleştirmeleri gerektiğini vurgulamışlardır.

Katılımcılara yöneltilen “Sizce bir mağara turizme açılırken nelere dikkat edilmelidir?” sorusuna alınan yanıtlara ilişkin elde edilen kodlar, Tablo 5’te gösterilmektedir. Katılımcıların görüşlerine göre, mağaraların turizme açılırken hangi hususlara dikkat edilmesine yönelik en önemli ifadelerin mağara içinde kalıcı malzeme inşa edilmemesi, sabit bir şekilde ve zarar verecek ölçüde aydınlatmaya gidilmemesi ve mağara yapısının uzmanlar tarafından analiz edilmesi yönünde olduğu görülmektedir.

**Tablo 5: Mağaraların Turizmde Değerlendirilmesinde Dikkat Edilmesi Gereken Hususlara Yönelik Katılımcı İfadeleri**

Görüşmecı Numarası	Sabit ve yüksek aydınlatma kullanılmaması	Mağara içinde kalıcı malzeme inşa edilmemeli	Sadece belirli mağaraların açılması	Ekipmanlı katılım	Mağara girişinde bilgilendirme	Mağara dışında kalıcı malzeme inşa	Taşıma kapasitesinin aşılması	Mağaranın karakteristik yapısının uzmanlar tarafından analizi	Ziyaretler gruplar halinde yapılmalı	Ziyaretler rehber eşliğinde yapılmalı	Yüksek ses	Σ
G1	X	X						X				3
G2		X								X		2
G3	X	X	X	X	X	X						6
G4	X	X	X	X	X			X		X		7
G5		X		X								2
G6	X	X					X					3
G7		X						X				2
G8	X	X						X				3
G9	X	X	X				X	X	X	X		7
G10		X							X	X		3
G11	X	X	X			X		X	X	X		7
G12		X				X						2
G13	X	X		X			X	X			X	6
G14	X	X	X	X		X	X	X			X	8
G15	X	X						X				3
G16		X						X				2
G17	X	X						X				3
G18	X	X	X	X	X			X				6
G19		X										1
Σ	12	19	6	6	3	4	4	12	3	5	2	76
%	15,8	25,0	7,9	7,9	3,9	5,3	5,3	15,8	3,9	6,6	2,6	100,0

Mağaraların turizme açılırken nelere dikkat edilmesi gerektiği yönünde elde edilen katılımcı ifadeleri süreç içerisinde yapılmaması ve yapılması gerekenler şeklinde iki başlık altında bir araya getirilerek Tablo 6’da sunulmuştur.

**Tablo 6: Mağaraların Turizmde Değerlendirilmesinde Dikkat Edilecek Hususlara Yönelik Katılımcı İfadelerinin Kategorilere Ayrıştırılması**

Turizmin Etkileri	Kullanılan İfadeler	$\Sigma_i$	$\Sigma_i$ (76)	%	% (100,0)
(1) Yapılmaması Gerekenler	(1.1) Mağara içinde kalıcı malzeme inşa edilmemeli	19	41	25,0	54
	(1.2) Sabit ve yüksek aydınlatma kullanılmaması	12		15,8	
	(1.3) Mağara dışında kalıcı malzeme inşa edilmemeli	4		5,3	
	(1.4) Taşıma kapasitesinin aşılmaması	4		5,3	
	(1.5) Yüksek ses	2		2,6	
(2) Yapılması Gerekenler	(2.1) Mağaranın karakteristik yapısının uzmanlar tarafından analizi	12	35	15,8	46
	(2.2) Sadece belirli mağaraların açılması	6		7,9	
	(2.3) Ekipmanlı katılım	6		7,9	
	(2.4) Ziyaretler rehber eşliğinde yapılmalı	5		6,6	
	(2.5) Ziyaretler gruplar halinde yapılmalı	3		3,9	
	(2.6) Mağara girişinde bilgilendirme yapılmalı	3		3,9	

Katılımcıların hepsi mağaraların içerisinde kalıcı herhangi bir inşaatın yapılmaması yönünde hemfikir iken, çoğunluğu ise mağaralara yerleştirilen aydınlatma sistemlerinin yüksek ışık vererek içyapıya zarar verdiklerini ve bu sistemlerin sabit olmaması gerektiğini belirtmişlerdir. Bu yönde 6 numaralı katılımcı şunları ifade etmiştir;

*...zorunlu olmadıkça doğal olmayan beton türevi ürünler, bir anda içeriye kapasite fazlası ziyaretçi alımı, atmosferik koşulları bozacak hafriyat, yanlış aydınlatma kullanımı yapılmaması gerekenler arasındadır...*

Katılımcılar eğer bir mağara turizmde değerlendirilmek isteniyorsa mağara yapısının uzmanlar tarafından analiz edilerek değerlendirilmesini, bütün mağaraları açmaktansa turizm açısından en uygunlarının belirlenerek bu doğrultuda çalışılması, yapılacak ziyaretlerin gruplar halinde ve rehberler eşliğinde gerekli ekipmanlarla gerçekleştirilmesi ve mağara girişlerinde bilgilendirme çalışmalarının yapılması gerektiğini vurgulamışlardır. Ortaya konan bu hususlara ilişkin 9 numaralı katılımcı ifadesi şu şekildedir;

*...mağara büyüklüğüne göre içerideki ziyaretçi sayısı sınırlandırılarak, dar mağaralarda bir rehber eşliğinde küçük gruplar halinde gezdirilmelidir. Ayrıca turizme açılan her mağaranın biyolojik yapısı ve doğal güzellikleri uzmanlar tarafından analiz edilerek gerektiğinde belirli mağaraların bir kısmının turizme açılması ve geri kalan kısmının sadece mağaracılar tarafından girilmesine olanak sağlanmalı...*

#### 4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Türkiye sahip olduğu coğrafik yapısından dolayı zengin yer altı kaynaklarına sahiptir. Dünyadaki birçok ülkeye nazaran daha fazla mağaraya sahip olan Türkiye’de yaklaşık 40.000 adet mağara bulunmaktadır. Turizm açısından değerlendirildiğinde bu mağaralar, önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı çalışmaları arasında; turizmi çeşitlendirmek ve böylece turizmin yalnızca kıyı kesiminde değil, iç bölgelere de yayılmasını sağlamak ve bu bölgelerimizde de kalkınmayı hedeflemek yer almaktadır. Türkiye’de 30’un üzerinde mağara turizme açılmış olup, bunların dışında yalnızca uygun ekipman sağlanarak rehber eşliğinde girilebilecek özel ilgi gruplarına yönelik birçok mağara bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2015) tarafından, mağara turizmi bakımından doğal ve kültürel değerlerin koruma ve kullanma dengesi içerisinde turizme kazandırılması amacıyla başlatılmış yeni projeler bulunmaktadır. Oluşumları milyonlarca yıl süren bu doğal değerler tekrar ve kısa sürede yerine gelemeyeceğinden öncelikle korunması gerektiğinin bilincinde olarak, turizme açarken ekolojik

dengelesinin bozulmaması amacıyla mağara içinde ve dışında yapılacak düzenlemelerin uygun projeler kapsamında yapılmasına özellikle dikkat edilmelidir. Ancak mağaralar konusunda henüz yasal bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu doğrultuda yapılan bu çalışmanın ve bundan sonra yapılacak çalışmaların önemle sürdürülmesi gerektiği düşünülmektedir. Konuyla ilgili yapılan destekleyici alan araştırmaları ve çalışmaları bu konuda mağara turizminin gelişimine doğrudan ve olumlu bir şekilde etki yapacağı yadsınamaz bir gerçektir.

Çalışmada ilk olarak katılımcıların mağara sporunu nasıl tanımladıklarına yönelik soru yöneltilmiş ve katılımcı yanıtlarına uygulanan içerik analizi sonucunda verilen yanıtlar kategorileştirilmiştir. Buna göre; mağara sporu etkileşimli, merak ve öğrenmeye dayalı ve aşırılık içeren bir spor olarak nitelendirilmiştir. Dolayısıyla mağara sporu yapan kişilerin çok farklı beklenti içerisinde oldukları, bu sporun onlara farklı ilgi alanlarını da tatmin etmelerine imkân sağladığını ve sporu yapan kişilerin çok çeşitli alanlarla ilgili oldukları anlaşılmaktadır. Nitekim katılımcıların mesleklerine bakıldığında; mühendis, doktor, akademisyen, memur, öğrenci, öğretmen gibi iyi eğitilmiş meslekler ve benzeri çeşitliliğe sahip olması bu görüşü doğrulamaktadır.

Mağara sporunda, birçok disiplini aynı anda kullanmak ve uygulamak gerektiği için bu durumun kişinin farklı yönlerden gelişimine katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla mağaracılığın birkaç spor dalının bileşiminden oluştuğu görülmektedir. Verilen yanıtlar doğrultusunda mağaracılığın; her yaşta sporunun kondisyonuna, bilgi ve tecrübesine göre yapabileceği, doğayla iç içe olmayı, keşfedilmemiş noktalara ilk kez adım atmanın heyecanını, dost ve sıcak bir ortamda hep beraber bir amaç için çalışmanın zevkini, sporu ve bilimsel merakı bir araya getiren bileşik bir etkinlik olduğu söylenebilir. Mağarayı çekici kılan bilinmezliğin yarattığı merak duygusu ve keşfetme arzusu bu sporun yapılmasında en büyük etken olduğu söylenebilir. Katılımcıların bu sporu tanımlarken dahi içlerinde hissedilir şekilde bir heyecan duydukları görülmüştür.

Çalışmada mağara sporuna elverişli yerlerin korunmasına yönelik katılımcıların görüşleri de öğrenilmek istenmiştir. Katılımcılar bu hususta, en büyük sorumluluğun devlete ait olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçtan hareketle yetkili kamu birimlerinin mağaraları koruma adına bir takım önlemler geliştirmesi ve çalışmalar gerçekleştirmesi gerekmektedir. Özellikle define arayanların mağaraları tahrip ettikleri, mağaraların bölge halkı tarafından bilinçsiz bir şekilde kullanıldığı ve mağaraların gerekli analizler yapılmadan ve önlemler alınmadan turizmde değerlendirilmek istendiği görülmektedir. Bu yönde ilgili kamu birimlerinin ve kolluk kuvvetlerinin denetimlerini sıklaştırması gerekmektedir. Ayrıca, mağaralara girmek isteyen insanlara yönelik gerekli bilgilendirme ve eğitim çalışmalarının yürütülmesi de devletin sorumlulukları arasında değerlendirilmiştir.

Uzun yıllar içerisinde meydana gelmiş, eşi bulunmaz bir miras olan mağaralarda yaşayan canlıları ve onların yaşam alanlarını korumak, yapılabilecek geri dönüşü olmayan hataların önüne geçmek açısından katılımcılar tarafından eğitimin önemini altı çizilmiştir. Bu durum, mağaralara girişlerin bu konuda eğitim almış kişiler tarafından gerçekleştirilmesi gerekliliğini doğurmaktadır. Mağaralara girmek isteyen ancak eğitim almamış kişilerin ise uzmanlar tarafından bilgilendirilerek rehberler eşliğinde girişlerini gerçekleştirmelidirler. Bu tür bir eğitim ve rehberlik programı için mağaracılık ile ilgili resmi organizasyonlara büyük görev düşmektedir. Mağaraların bulunduğu yerlerdeki bölge halkının da bilinçlendirilmesi yine bu kapsamda yapılması gereken eğitim çalışmaları arasında yer almalıdır. Bu bağlamda, mağaralar hakkında bilgilendirme ve eğitim konularında üniversitelerin ilgili birimlerinin de desteği alınabilir. Mağara girişlerine birçok ülkede olduğu gibi söz konusu mağaranın detaylı haritası ve bilgilendirici yazıların konulması da bir diğer çalışma olarak önerilebilir.

Mağaralara en çok definciler tarafından zarar verildiği birçok kişi tarafından belirtilmiştir. Bu hususta çeşitli çalışmaların yürütülmesi ve etkili önlemlerin alınması

gerekmektedir. Gerekli güvenlik önlemlerinin alınması yönünde kolluk kuvvetlerinin o bölgelerde görevlendirilmesi gerekmektedir. Bunun yanında mağaraların periyodik olarak denetlenmesi, herhangi bir zarar verenlerin hakkında kanuni yaptırımların uygulanarak gerekli cezanın verilmesi gerekmektedir.

Mağaraların turistik ürün olarak değerlendirilmesi açısından katılımcılar oldukça temkinli görüşler ortaya koymuşlardır. Elde edilen görüşler ve yapılan içerik analizi sonucunda tüm mağaraların bu yönde değerlendirilmemesi fikri ortaya çıkmıştır. Devletin ilgili kurumlarının öncelikle mağaranın yapı olarak insanlara açılıp açılmayacağına uzman tetkik ve analizleri sonucunda belirlenmesi gerektiğidir. Bu doğrultuda, mağara çeşitliliği açısından bölgelere göre değerlendirilecek mağaraların saptanması gerekmektedir. Saptanan mağaranın ise yalnızca bir bölümünün normal ziyaretçi kullanımına; kalan bölümlerinin ise profesyonel mağara sporcularının ulaşabileceği şekilde sınırlarının belirlenmesi gerekmektedir. Dolayısıyla, böyle bir sistemin işleyiş kazandırılması için kamu birimlerinin mağaracılık ile ilgili organizasyonlar ile işbirliğine girmesi ve koordinasyonun sağlanması gerekmektedir.

#### 4.1. Sınırlılıklar

Her araştırmada olduğu gibi, bu araştırmanın da bir takım sınırlılıkları vardır. İlk olarak, görüşleri alınan mağara sporcularının sayısı her ne kadar böyle bir araştırma için yeterli kabul edilse de daha çok kişiye ulaşılması daha güçlü değerlendirmelerde bulunulmasını sağlayabilirdi. Bir diğer kısıt ise nitel veri toplama yönteminin tercih edilmesidir. Bu durum araştırma sonuçlarını evrene genelleme açısından sınırlandırmaktadır. İlerde bu konu ile ilgili yapılacak çalışmalarda nicel veriler toplanarak daha genellenebilir sonuçlara ulaşılabilir. Araştırmada, mağaraların turizme açılması yönünde sadece profesyonel mağara sporcularının değerlendirmeleri göz önünde bulundurulmuştur. Benzer araştırmalar konu ile ilgili olan diğer gruplara (speoloji uzmanları, turizm otoriteleri, yerel halk gibi) yönelik gerçekleştirilebilir.

## 5. KAYNAKLAR

- Akdağ G. (2013) Bir ekoturizm aktivitesi olarak mağara turizmi: Mersin mağaraları envanter çalışması. *2.Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 19 Nisan 2013, Adana-Türkiye*, 180-192.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2012). *Özel ilgi turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. (2011). *Tüketicilerin alternatif turizm türlerini satın alma davranışlarını etkileyen faktörler*, Yayınlanmış doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arpacı, Ö., Zengin, B. ve Batman, O. (2012). Karamanın mağara turizmi potansiyeli ve turizm açısından kullanılabilirliği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 59-64.
- Baker, A., & Genty, D. (1998). Environmental pressures on conserving cave speleothems: effects of changing surface land use and increased cave tourism. *Journal of Environmental Management*, 53(2), 165-175.
- Balcı, A. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler*. Ankara: Pegem Akademi.
- Ballesteros, E. R., & Ramírez, M. H. (2007). Identity and community—Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain. *Tourism management*, 28(3), 677-687.
- Bekdemir, Ü. ve Sezer, İ. (2016). Yedi Değirmenler ve mağarası tabiat parkı'nın coğrafi özellikleri ile ekoturizm olanaklarının değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21(36), 43-78.
- Bekdemir, Ü., Sever, R., Uzun, A. ve Elmacı, S. (2004). Yıldızkaya mağarası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 9(12), 309-324.
- Bočić, N., Lukić, A., & Opačić, V. T. (2007). Management models and development of show caves as tourist destinations in Croatia. *Acta Carsologica*, 35(2), 13-21.

- Bulut, Z. (2006). *Kemaliye (Erzincan) ilçesi ve yakın çevresinin alternatif turizm kapsamında rekreasyonel turizm potansiyelinin belirlenmesi*, Yayınlanmış doktora tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Ceylan, S. (2007). Zeytintaşı mağarası (Serik-Antalya)/la grotte de Zeytintaşı. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 12(17), 223-242.
- Ceylan, S. ve Demirkaya, H. (2006). Dim mağarasının (Alanya) kaynak değerleri, turizmde kullanımı ve sürdürülebilirliği, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 11(15).199-222.
- Cigna, A. A. (1993). Environmental management of tourist caves. *Environmental Geology*, 21(3), 173-180.
- Doorne, S. (2000). Caves, cultures and crowds: Carrying capacity meets consumer sovereignty. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(2), 116-130.
- Duval, M. (2007). Tourism and preservation policies in karst areas: Comparison between the Škocjan caves (Slovenia) and the Ardèche Gorge (France). *Acta Carsologica*, 35(2), 23-35.
- Faillie, A., Bourdeau, C., & Deharveng, L. (2015). Weak impact of tourism activities on biodiversity in a subterranean hotspot of endemism and its implications for the conservation of cave fauna. *Insect Conservation and Diversity*, 8(3), 205-215.
- Gabrovsek, F., Grasic, B., Boznar, M. Z., Mlakar, P., Udén, M., & Davies, E. (2014). Karst show caves-how DTN technology as used in space assists automatic environmental monitoring and tourist protection. *Natural Hazards and Earth System Sciences*, 14(2), 443-457.
- Haberal, H. (2015). *Turizmde alternatif ekolojik turizm-doğa turizmi kırsal turizm-yayla turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2011). *Turistik ürün çeşitlendirmesi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- International Show Caves Association (2010). *Cave And Karst Protection Memorandum Signed In 2002*. [Çevrim-içi: <http://www.i-s-c-a.com/documentloader.php?id=263&filename=memorandum-of-understanding-uis-isca-2002-postumia.pdf>], Erişim Tarihi: 05.03.2016.
- Karadeniz, V., Çelikoğlu, Ş. ve Akpınar, E. (2009). Gökgöl mağarası ve turizm potansiyeli. *International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 4(8), 1621-1641.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kaya, B., Şimşek, M. ve Akış, A. (2015). Altınbeşik mağarası milli parkı'nın (İbradı/Antalya) fiziki coğrafya özellikleri ve ekoturizm potansiyeli. *Turkish Studies International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 10(2), 521-544.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral Vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2/4, 39-56.
- Kim, S. S., Kim, M., Park, J., & Guo, Y. (2008). Cave tourism: Tourists' characteristics, motivations to visit, and the segmentation of their behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(3), 299-318.
- Kim, S. S., Kim, M., Park, J., & Guo, Y. (2008). Cave tourism: Tourists' characteristics, motivations to visit, and the segmentation of their behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 13(3), 299-318.
- Knežević, R., & Žiković, R. G. (2011). Analysis of the condition and development opportunities of cave tourism in Primorsko-Goranska county. *Analysis*, 15(1), 11-25.
- Kozak, N., Kozak, M. ve Kozak, M. (2010). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2015). *Ekipmanlı Normal Ziyaretçilerin Rehber Eşliğinde Ziyaret Edebileceği Mağaralar*. [Çevrim-içi: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10371/ekipmanli-normal-ziyaretcilerin-rehber-esliginde-ziyare-.html>], Erişim Tarihi: 13.02.2017.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2015). *Ekipmanlı Profesyonel Ziyaretçilerin Girebileceği Mağaralar*. [Çevrim-içi: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10384/ekipmanli-profesyonel-ziyaretcilerin-girebilecegi-magar-.html>], Erişim Tarihi: 13.02.2017.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2015). *Mağara Turizmi*. [Çevrim-içi: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10335/magara-turizmi.html>], Erişim Tarihi: 13.02.2017.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2015). *Turizm Açık Mağaralar*. [Çevrim-içi: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,10336/turizm-acik-magaralar.html>], Erişim Tarihi: 13.02.2017.
- Linhua, S., Xiaoning, W., & Fuyuan, L. (2000). The influences of cave tourist on CO<sub>2</sub> and temperature in Baiyun Cave. *International Journal of Speleology*, 29(1/4), 77-87.
- Lobo, H. A. S. (2015). Tourist carrying capacity of Santana cave (PETAR-SP, Brazil): A new method based on a critical atmospheric parameter. *Tourism Management Perspectives*, 16, 67-75.
- Lobo, H. A. S., & Moretti, E. C. (2009). Tourism in caves and the conservation of the speleological heritage: the case of Serra da Bodoquena (Mato Grosso do Sul State, Brazil). *Acta Carsologica*, 38(2-3), 265-276.
- Mason, M. (2010). Sample size and saturation in phd studies using qualitative interviews. *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 11(3). [URL: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1428/3028>], Erişim tarihi: 13.02.2017.
- Mulec, J. (2014). Human impact on underground cultural and natural heritage sites, biological parameters of monitoring and remediation actions for insensitive surfaces: Case of Slovenian show caves. *Journal for Nature Conservation*, 22(2), 132-141.
- Mulec, J., & Kubešova, S. (2010). Diversity of bryophytes in show caves in Slovenia and relation to light intensities. *Acta Carsologica*, 39(3), 587-596.
- Northup, D. E. & Lavoie, K. H. (2001). Geomicrobiology of caves: A review. *Geomicrobiology Journal*, 18, 199-222.
- Novas, N., Gázquez, J. A., MacLennan, J., García, R. M., Fernández-Ros, M., & Manzano-Agugliaro, F. (2017). A real-time underground environment monitoring system for sustainable tourism of caves. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2707-2721.
- Öcal, T. (2012). Zindan mağarasının doğal mirası ve turizm potansiyeli. *EKEV Akademi Dergisi*, 16(52), 299-318.
- Öcal, T. ve Özcan, F. (2013). Çamlık mağaraları ve turizm potansiyeli. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (28), 423-443.
- Özdemir, Ö. (2005). Mencilis mağarası. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 10(13), 135-150.
- Özşahin, E. ve Kaymaz, Ç. K. (2014). Gilindire (Aynalıgöl) mağarasının turizm potansiyeli (Aydıncık-Mersin). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 19(31), 145-166.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 183-195.
- Pavlovich, K. (2003). The evolution and transformation of a tourism destination network: The Waitomo caves, New Zealand. *Tourism Management*, 24(2), 203-216.
- Pingbin, J., Zhiwei, F., & Maosheng, B. (2012). Karst cave tourism system in Zhejiang Province based on resource regional analysis. *Chinese Geographical Science*, 22(4), 496-506.
- Pulido-Bosch, A., Martín-Rosales, W., López-Chicano, M., Rodríguez-Navarro, C. M., & Vallejos, A. (1997). Human impact in a tourist karstic cave (Aracena, Spain). *Environmental Geology*, 31(3-4), 142-149.
- Rindam, M. (2014). Cave tourism: The potential of asar cave as a natural tourism asset at Lenggong Valley, Perak. *SHS Web of Conferences EDP Sciences*, (12), 1-9.
- Russell, M. J., & MacLean, V. L. (2008). Management issues in a Tasmanian tourist cave: Potential microclimatic impacts of cave modifications. *Journal of Environmental Management*, 87(3), 474-483.
- Šebela, S., & Turk, J. (2014). Sustainable use of the Predjama Cave (Slovenia) and possible scenarios related to anticipated major increases in tourist numbers. *Tourism Management Perspectives*, 10, 37-45.
- Sever, R. (2008). Polat mağarası ve turizm potansiyeli (Doğanşehir-Malatya). *Doğu Coğrafya Dergisi*, 13(19), 251-266.
- Spalević, A., & Igračev, N. (2011). The natural-geographical basics for the development of the adventure tourism in Serbia. *Journal of the Geographical Institute Jovan Cvijić, SASA*, 61(3), 137-150.
- Uluslan, Y. (2009). *Alternatif turizm çeşitlerinin turizm potansiyeline etkisi: Konya örneği*, Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Wanhill, S. (2000). Mines—a tourist attraction: Coal mining in industrial South Wales. *Journal of Travel Research*, 39(1), 60-69.
- Weaver, D. B. (1999). Magnitude of ecotourism in Costa Rica and Kenya. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 792-816.

- Yeşil, P., Yeşil, M. ve Yılmaz, H. (2008). Jeolojik miras alanlarının alternatif turizm kapsamında değerlendirilmesi: Balıca mağarası örneği. *Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fak. Dergisi*, 39(2), 241-248.
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ. (2008). Bölgesel kalkınma çerçevesinde alternatif turizm faaliyetlerine yönelik bir değerlendirme: Sivas örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9(1), 1-18.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yücel, A. (2008). *Mağara turizmi Tokat Balıca mağarası örneği*, Yayınlanmış uzmanlık tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Zaman, M., Şahin, İ. F. ve Birinci, S. (2011). Çal mağarası (Düzköy-Trabzon) ve çevresinin ekoturizm potansiyeli açısından önemi. *Eastern Geographical Review*, 16(26), 1-24.



## OTEL İŞLETMELERİNDE STRES YÖNETİMİ: ANTALYA'DAKİ BEŞ YILDIZLI OTEL İŞLETMELERİNDE BİR UYGULAMA

### STRESS MANAGEMENT IN HOTEL MANAGEMENT: AN INVESTIGATION FIVE STARS HOTELS IN ANTALYA

İbrahim Alper GEDİK \*\*, Sündüs GEDİK \*\*\*, Sit DEMİRER \*\*\*\*

**ÖZET:** Bu çalışmada günümüzün hastalığı olarak kabul edilen stresin insan unsurunun büyük önem taşıdığı otel işletmelerinde işgören performansını doğrudan etkileyen bir faktör olup olmadığı belirlenmek amaçlanmıştır. Otel işletmeleri bir hizmet sektörü olduğu için çalışanların psikolojik durumları çalışma prensiplerini etkilemektedir. Bu tür çalışmalar hem işletmelere de hem de otel çalışanlarına katkı sağlayacak niteliktedir.

Bu çalışma birincil verilerden yararlanılarak hazırlanmıştır. Bu veriler neticesinde Antalya ilinde yer alan beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan personelin stres yaratan etmenleri, stres durumundaki tepkileri ve stresle baş edebilmek için kullandıkları yöntemler belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan analizler sonucunda otel çalışanları üzerinde stres yaratıcı etkiye sahip en önemli etmenin çalışanların kendilerine olan özgüven eksikliğinden kaynaklandığı, işletmelerin örgüt yapısının ise ikinci planda kaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca stres durumunda çalışanların gösterdiği tepkinin eğitim durumuna bağlı olarak işe yönelik tepki olduğu belirlenmiştir. Stresle baş edebilme yöntemlerine ilişkin ortaya çıkan sonuç ise, genellikle çalışanların manevi baş etme yöntemini ve değişimi tercih ettikleri yönünde gerçekleşmiştir.

**Anahtar sözcükler:** Turizm, Otel İşletmeleri, Stres Yönetimi, Antalya

**ABSTRACT:** In this study, it is purposed to be determined whether the stress, accepted as today's illness, is a factor directly affecting the performance of employees affect working principles. These kind of studies are in qualification that will contribute to both hotel managements and the employees

This study has been prepared by using primary data. As a result of this data, the factors using stress for the staff working in five star hotel enterprises in Antalya, their reactions in the condition of stress and the methods they use to cope with stress has been tried to be defined. According to the result of the analysis carried out, it has been determined that the most important factor that has an effect which causes stress on hotel employees is based on the lack of self-confidence and the organization structure or the enterprises is in the second plan. Besides, it has been determined that the reaction shown by the employees in the case of stress is a reaction to the business according to their education conditions. The result that comes out related with the methods to cope with stress is that generally the employees prefer inner coping methods and variation.

**Keywords:** Tourism, Hotel management, Stress management, Antalya

\*\*Öğr.Gör., Bülent Ecevit Üniversitesi, Zonguldak Meslek Yüksekokulu, Zonguldak-Türkiye, alpergedik@yahoo.com

\*\*\* Turizm İşletmecisi YL. a\_sundus\_a@hotmail.com

\*\*\*\* Turizm İşletmecisi YL. sitdemirer@gmail.com

## 1.GİRİŞ

Günümüzde hızla değişen yaşam koşulları sosyal bir varlık olan insan üzerinde gerek fiziksel gerekse ruhsal açıdan bir baskı oluşturmaktadır. Bu baskılar zamanla gerilime neden olarak bir tepkiye sebep olabilmektedir. Stres işle ilgili olağanüstü talepler, baskılar veya fırsatlar gibi nedenlerle insan üzerinde oluşan bu gerilim durumu olarak tanımlanabilir (Gümüştekin ve Öztemiz, 2004: 1).Aşırı stresin, işletmelerde çalışan kişileri uzun ve kısa dönemde etkileyerek örgütsel faaliyetlerde verimliliği, etkinliği ve performansı olumsuz yönde etkilediği bilinmektedir (Tutar; 2000: 254).

Otel işletmeciliği, hizmet sektörünün özellikleri bakımından gerek yöneticiler gerekse işgörenler üzerinde yüksek düzeyde stres yaratan bir işletmecilik alanıdır. Stres düzeyinin yüksek olmasında, üretimde tam anlamıyla otomasyona gidilememesi, konuk-işgören-yönetici arasında üçlü bir ilişki bulunması, talep dalgalanmalarının sık yaşanması, üretilen hizmetin depolanamaması gibi faktörler etkilidir. İşletme yönetiminin temel amaçlarından birisi olan karlılığın, dolayısıyla verimliliğin artırılması için, işletme içi stres düzeyinin dengelenmesi gerekmektedir çünkü hem aşırı stresin hem de sıfır stresin tehlikeli olduğu bilinmektedir. Stresin dengelenebilmesi için de öncelikle stresin doğası anlaşılmalı; kaynağı tespit edilen stres düzeyini dengelemek için de gereken stratejiler uygulanmalıdır. Örgüt içi stres bu yolla dengelenebilir ve otel işletmelerinde verimlilik artışına önemli katkılar sağlanabilir (Saldamlı; 1999: 34).

Turizm sektörü için Antalya önemli bir destinasyondur ve ilde çok sayıda otel işletmesi bulunmaktadır. Otel işletmelerinde çok sayıda işgören vardır ve hizmet sektörünün özelliği nedeniyle stres yaratan bir alandır. Bu durum göz önüne alındığında, çalışmanın literatür kısmında stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepkiler ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler açıklanmıştır. Daha sonra ise, Antalya ilinde faaliyet gösteren otel işletmelerinin iş görenlerinin stres yaratan etmenleri, stres durumundaki tepkileri ve stresle baş edebilmek için kullandıkları yöntemleri ortaya koymak için anket yöntemiyle veriler toplanmıştır. Verilerin analizi yapılarak çalışanların stres durumları değerlendirilmiş ve stres yaratıcı etkiye sahip en önemli etmenin çalışanların kendilerine olan özgüven eksikliğinden kaynaklandığı, işletmelerin örgüt yapısının ise ikinci planda kaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca stres durumunda çalışanların gösterdiği tepkinin eğitim durumuna bağlı olarak işe yönelik tepki olduğu belirlenmiştir. Stresle baş edebilme yöntemlerine ilişkin ortaya çıkan sonuç ise, genellikle çalışanların manevi baş etme yöntemini ve değişimi tercih ettikleri yönünde gerçekleşmiştir. Sonuç kısmında ise önerilerde bulunulmuştur.

## 2.LİTERATÜR

### 2.1. Stres Kavramı, Yönetimi

Stres kavramı, Latince'de "estrica", eski Fransızca'da "estrece" sözcüklerinden gelmektedir. Kavram 17. yüzyılda felaket, bela, musibet, dert, elem anlamlarında kullanılmıştır. 18. ve 19. yüzyıllarda ise kavramın anlamı değişmiş; güç, baskı, zor gibi anlamlarda objelere, kişiye, organa veya ruhsal yapıya yönelik olarak kullanılmıştır (Baltaş; 1990: 292).

Bir başka tanıma göre stres, bireyler üzerine etki yapan ve onların davranışlarını, iş verimini, başka insanlarla ilişkilerini etkileyen bir kavramdır. Stres durup dururken ya da kendiliğinden oluşmaz, insanın içinde bulunduğu ya da hayatını sürdürdüğü ortam veya çevrede meydana gelen değişimlerin insanı etkilemesi sonucu ortaya çıkar (Eren; 2004: 223). Stresle başa çıkmak ve yaşam kalitesini artırmak amacıyla, durumu ya da duruma verilen tepkileri değiştirmeye stres yönetimi denir (Güçlü; 2001: 101).

Çalışan insanlar arasında bir uyum ve dengenin kurulması, sağlıklı ast-üst ilişkilerinin sağlanabilmesi, her geçen gün hizmetin niteliğinin iyileştirilmesi için de stresin bireysel ve

örgütsel düzeyde daha iyi tanınması, anlaşılması ve yönetilmesi gerekmektedir. Hiçbir çalışanın stresten etkilenmeyecek kadar basit görevde çalışmadığı bilinmektedir. Diğer taraftan çalışanlar arasında strese duyarlılık bakımından birçok farklar bulunmasına karşın, hiç kimsenin stresten etkilenmeyecek kadar katı ya da umursamaz olamayacağı da açıktır (Ertekin; 1993: 3).

Günümüzde çalışanlar yaşamlarının büyük bölümünü iş ortamında sürdürmektedir. Özellikle emek-yoğun bir sektör olan turizmde çalışma saatleri diğer sektörlerle göre daha uzundur. Çalışmamıza konu olan otel işletmeleri hizmet işletmesidir ve çalışan unsuru çok önemlidir. Yaz sezonunda daha yoğun çalışan otel işletmeleri iş görenleri uzun saatler yoğun bir şekilde çalışmaktalar. Bu durum çalışanlarda bir stres unsuru olabilmektedir. Otel işletmelerinde yöneticilere büyük görevler düşmektedir. Yöneticiler iş görenlere yapabileceğinde ağır yükler yüklememelidir ve insan vücudunun dinlenmeye ihtiyacı vardır. Bu durumun bilincinde olan yöneticilerin yönettiği işletmelerde çalışan iş görenler hem fiziksel hem de psikolojik anlamda daha rahat olurlar ve buda çalışan verimliliğini sonuç olarak ise işletme karlılığını olumlu yönde etkiler. Mutlu çalışan mutlu misafir demek mutlu misafir de karlı işletme demektir.

## 2.2. Bireyin Kendisi ile İlgili Stres Kaynakları

İşgörenlerin çalıştıkları otelin dışında bir de toplumsal çevreleri bulunmaktadır. Toplumsal çevrenin işgörenden beklediği eylem ve fiiller, kendileriyle ilgili bireylerin beklentilerine bağlı olarak şekillenir. Toplumsal baskı ile gelenek ve görenekler de, bu beklentilerin yaptırım gücünü oluşturur. Örgütün toplumsal çevresi ise kültürel yapı, gruplaşma yapısı ve bu yapı içinde üstlenilen rollerden oluşmaktadır (Başaran; 1991: 15).

Çalışan birey üzerinde stres oluşturan genel çevre faktörlerini beş ana grupta toplayabiliriz. Bunlar birey üzerinde belirsizlikler oluşturarak yaşamdan zevk almasını olumsuz etkilemekte davranışlarındaki istikrarı ortadan kaldırmaktadır. Stres yaratan genel çevre faktörleri; Ülke ve dünya ekonomisinin gidişi, politik hayatın belirsizlikleri, çalışan kentin çevresel ve ulaşım sorunları, teknolojik değişmelerin yaşam tarzı ve alışkanlıkları değiştirmesi, sosyal ve kültürel değişimlerin hızlanmasıyla kuşaklar arası farklılıkların artmasıdır (Eren; 2004: 298).

İş görenlerin özel hayatlarını yok saymak imkansızdır. İş görenler işyerinde uzun saatler çalışsalar da iş dışında bir hayatları vardır. İlgilenmek zorunda oldukları aileleri, birlikte hoş vakit geçirmek isteyecekleri arkadaşları vardır. Hayat çalışmaktan ve maddi kazanç sağlamaktan ibaret değildir. İnsanlarının bedenlerini ve ruhlarını beslemeleri gerekmektedir. Çalışanların özel hayatlarında bir şeyler yolunda gitmez ise bu durum iş hayatına da yansımaktadır.

## 2.3. İş Görenlerde Stres Belirtileri

Stresle ilgili belirtiler, fiziksel, duygusal, zihinsel ve sosyal olmak üzere dört grupta toplanabilir.

**Fiziksel Belirtiler:** Baş ağrısı, düzensiz uyku, sırt ağrıları, çene kasılması veya diş gıcırdatma, kabızlık, ishal ve kolit, döküntü, kas ağrıları, hazımsızlık ve ülser, yüksek tansiyon veya kalp krizi, aşırı terleme, iştahta değişiklik, yorgunluk veya enerji kaybı, kazalarda artış.

**Duygusal Belirtiler:** Kaygı veya endişe, depresyon veya çabuk ağlama, Ruhsal durumun hızlı ve sürekli değişmesi, asabılık, gerginlik, özgüven azalması veya güvensizlik hissi, aşırı hassasiyet veya kolay kırılabilirlik, öfke patlamaları, saldırganlık veya düşmanlık duygusal olarak tükendiğini hissetme.

**Zihinsel Belirtiler:** Konsantrasyon, karar vermede güçlük, unutkanlık, zihin karışıklığı, hafızada zayıflık, aşırı derecede hayal kurma, tek bir fikir veya düşünceyle meşgul olma, mizah anlayışı kaybı, düşük verimlilik, iş kalitesinde düşüş, hatalarda artış, muhakemede zayıflama.

**Sosyal Belirtiler:** İnsanlara karşı güvensizlik, başkalarını suçlamak, randevulara gitmemek veya çok kısa zaman kala iptal etmek, insanlarda hata bulmaya çalışmak ve sözle rencide etmek, haddinden fazla savunmacı tutum, birçok kişiye birden küs olmak, konuşmamak (Güçlü; 2001: 95).

İş görenlerin stres yaşamaları durumunda hem iş hem de özel hayatında işler yolunda gitmemeye başlar. Çalışanlar fiziksel ve psikolojik bazı sorunlar yaşamaya başlar. İşyerinde arkadaşlarıyla ilişkileri bozulabilir, sorumluluklarını yerine getiremez, ufak sorunları konuşarak halletmektense büyütüp kavgalar çıkarabilir, yöneticilerine ve iş arkadaşlarına kötü davranışlar sergileyebilir. Bu durumların yaşanmaması için iş görenin stres kaynağını tespit etmesi gerekir ve bu duruma bir çözüm önerisi getirmelidir.

#### 2.4. Stresle Başa Çıkma Stratejileri

Genel olarak stresle mücadelede, bireysel mücadele stratejileri ve örgütsel stratejiler olmak üzere iki teknik kullanılmaktadır.

##### Bireysel Mücadele Teknikleri

Bu stratejiler içerik olarak tepkiseldir. Mevcut, var olan stresle mücadeleye yöneliktir. Uzun süreli stresi ortadan kaldırmada şu stratejiler kullanılabilir: Egzersiz, çeşitli gevşeme teknikleri, biyolojik geri besleme, davranışsal kendini kontrol, dinlenme ve zaman planlamasıdır.

##### Örgütsel Mücadele Teknikleri

Yönetim tarafından düzenlenen örgütsel mücadele stratejileri, örgüt düzeyindeki stres kaynaklarını ortadan kaldırmayı veya sosyal destek sistemleri ile stresin etkisini azaltmayı hedefler. Bu teknikler şunlardır: Fiziksel çalışma koşullarının iyileştirilmesi, sosyal destek sistemleri, eğitim, meslek ve stres danışmanlığı yetki devri, işi yeniden yapılandırma ve çalışma ortamını insanlaştırmadır (Sabuncuoğlu ve Tüz; 2001: 246 vd.).

Otel işletmelerinde iş görenlerin stres yaşamaları durumunu görmezden gelmek tehlikeli bir durumdur. Stresin varlığı durumunda hem işgören hem de örgüt bu durumu kabullenmeli ve stresi ortadan kaldırmak için uygun başa çıkma stratejileri geliştirilmelidir. İş görenler stres yönetimi konusunda bilinçli davranmalı ve stresi ortadan kaldırmak için kendilerini fiziksel ve psikolojik olarak tedavi yoluna gitmelidir. Ancak yaşanan stresin kişisel mi yoksa işletme kaynaklı mı olması durumu önemlidir. Çünkü iki durum birbirinden farklıdır ve stres ile başa çıkmak için uygulanacak stratejilerde farklı olacaktır.

#### 2.5. Literatürde Örgütsel Stres Kaynakları

Turizm sektöründe iş stresine yönelik araştırmalar 1980' li yıllarda önemsenmeye başlanmıştır. Bu sektörde faaliyet gösteren otel işletmelerinde yapılan araştırmalarda çalışanın iş yaşamında ki stres nedenleri araştırmacılar tarafından farklı şekillerde ortaya konulmuş ve ele alınmıştır.

Aydın'ın (2004) Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanları üzerinde yaptığı araştırmada; yetersiz maaş, iş yükü, çalışma saatlerinin belirsizliği ve cinsel tacizlerin çalışanlar üzerinde en fazla stres yaratan etmeler olduğu belirlenmiştir.

Sökmen'in (2005) Adana'da faaliyet gösteren 62 otel işletmesi yöneticilerinin stres kaynaklarını araştırmaya yönelik çalışmasında, strese neden olan faktörleri; farklı kişilerin kendilerinden farklı beklentiler içinde olması, çalışma saatlerinin uzunluğu, müşterilerin haksız

talepleri, işyerinde dedikodu yapılması, önemli kararlar verme zorunluluğu, üstlerle anlaşmazlık, yöneticilerin teşvik etmemesi, iş ortamındaki huzursuzluk, çalışma ortamının gürültülü olması, çalışmaların karşılığını almamak ve moral bozukluğu şeklinde sıralandığını belirlemiştir.

Akova ve Işık tarafından (2008) İstanbul'daki otel işletmelerinde çalışanların; maaş ve ödeme azlığı, iş yükü fazlalığı ve zaman darlığı, aile ve sosyal hayata yeterli zaman ayıramama, iş yerinde gelişme ve terfi imkanı azlığı nedeni ile stres yaşadıkları araştırma sonucunda elde edilmiştir.

Başyaka'nın (2009) da yapmış olduğu çalışmada önbüro çalışanları üzerinde stres yaratan faktörler arasında ücret/kariyer, iş yükü ve güvensizliğin etkili olduğu belirlenmiştir.

Yapılan araştırmalar ışığında çalışanlar üzerinde en fazla stres yaratan faktörlerin iş yükü ve maaşların azlığı olduğu belirlenmiştir.

Literatürde çalışan stresiyle örgütsel davranış çıktıları (örgütsel iletişim, yıldırma, iş bırakma davranışı, kayırmacılık, örgütsel sessizlik, performans gibi) arasında da araştırmacılar tarafından çalışmalar yapılmıştır. Araştırmalar sonucunda stresin farklı örgütsel çıktılarla ilişkileri bulunmuştur.

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Antalya'daki 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanları açısından stres yaratan etmenler, stres durumunda gösterdikleri tepkiler ve stresle baş etmede kullandıkları yöntemlerin neler olduğunu ortaya çıkarmaktır.

Aşırı stres sonucu ortaya çıkan olumsuz etkiler sonucunda, çalışanların iş veriminde düşüş, motivasyon eksikliği, çalışma isteğindeki azalma gibi sonuçlar göz önünde bulundurulduğunda, otel çalışanlarında iş stresi yaratan faktörler saptanarak gerekli önlemlerin alınması suretiyle çalışanların stres düzeylerinin azaltılması, dolayısıyla iş doyumu, motivasyon ve verimliliklerinin artırılması sağlanabilmektedir. Bu araştırma otel yöneticilerinin işletmelerinde stresle ilgili sorunları çözebilmesi ve işletmedeki verimliliği ve işgören performansını arttırabilmesi için ihtiyaç duyduğu çalışanların algıladıkları stres yaratan etmenlerin ne olduğunu, stres durumunda gösterdikleri tepkileri ve stresle baş etmekte kullandıkları yöntemleri belirlemesi açısından önem taşır.

#### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Antalya'da faaliyet gösteren "Turizm İşletmesi Belgesi"ne sahip beş yıldızlı otel işletmelerinin çalışanları oluşturmaktadır. Türkiye Oteller Rehberi'nin web sitesinde (<http://www.hotelguide.com.tr>) yer alan 13 adet otel işletmesi Antalya merkezde faaliyet göstermektedir. Ancak evrendeki tüm işletme çalışanlarına ulaşılmasının güçlüğü, zaman kısıtlılığı ve ekonomik nedenlerle örneklem seçilme yöntemi benimsenmiştir. Olasılıklı örnekleme türlerinden biri olan basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Basit tesadüfi örneklemede evreni oluşturan her elemanın örneğe girme şansı eşittir. Ulusal zincir otel ve bağımsız otel işletmesi özelliği taşıyan oteller tesadüfi olarak belirlenmiştir. Otel işletmelerinin insan kaynakları müdürleri telefon ile aranmış görüşmeyi kabul eden yöneticiler ile yüzyüze görüşme sağlanmıştır. İnsan kaynakları müdürlerine konu ile ilgili bilgi verildikten sonra onay alınması durumunda iş görenlere anket uygulanmıştır. Araştırma için Antalya bölgesinin seçilmesinin en önemli nedeni oldukça fazla sayıda tesise sahip olmasıdır.

### 3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırma anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu Akova ve Işık (2006) tarafından gerçekleştirilen ve “Otel İşletmelerinde Stres Yönetimi: İstanbul’daki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama” adlı araştırmasında kullanılan anket değişiklik yapılmadan uygulanmıştır.

Anket dört bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümü, ankete katılanların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik 5 adet kapalı uçlu sorudan oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümünde, çalışma ortamının fiziki yapısı, işin özelliği, yönetim anlayışı, örgüt iklimi ve kişinin kendinden kaynaklanan stres etmenlerini belirlemeye yönelik 28 adet kapalı uçlu soru bulunmaktadır. Anketin üçüncü bölümünde, çalışanların stres durumunda gösterdikleri tepkileri belirlemek amacıyla hazırlanmış 13 adet kapalı uçlu soru bulunmaktadır. Son bölümde ise, stresle baş edebilmek için kullanılan stratejileri belirlemeye yönelik hazırlanan 24 adet kapalı uçlu soru bulunmaktadır. Anketin ikinci, üçüncü ve dördüncü bölümlerinde yer alan ifadeler için beşli Likert (5=her zaman,...,1= asla) ölçeği kullanılmıştır.

Araştırma 2015 yılı Mart-Mayıs aylarında tamamlanmıştır. Araştırmanın sezonun açılma dönemine denk gelmesi sonucu otel işletmelerinde iş yükünün fazla olması nedeni ile anketler sadece beş otel işletmesi iş görenleri tarafından doldurulmuştur.

Araştırma için anket formları 350 adet hazırlanıp, otel işletmelerinin insan kaynakları müdürleri aracılığı ile çalışanlarına ulaştırılmıştır. Dağıtılan 350 adet anket formundan 300’ü geri dönmüş ve geri dönen anketlerin 284’ünün amaca uygun şekilde doldurulduğu tespit edilerek değerlendirilmeye alınmıştır.

### 3.4. Analiz

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen anket uygulaması sonucunda elde edilen veriler SPSS 20 paket programına yüklenmiş ve araştırma amaçlar doğrultusunda çeşitli istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Analizlere demografik soruların yüzde ve frekans dağılımları hesaplanarak başlanmıştır. Daha sonra otel çalışanlarının stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemlere verdikleri cevapların güvenilirliği güvenilirlik analizi yapılarak test edilmiş ve faktör analizi ile faktör yükleri belirlenmiştir. Belirlenmiş olan faktör yükleri sorulara uygun olarak isimlendirilmiş ve faktörlerin ayrı ayrı güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ayrıca çalışanların cinsiyet ve medeni hal değişkenlerine göre oluşturdukları grupların yargılara ilişkin ortalamaları arasındaki farklılıkların anlamlılığını test etmek için bağımsız örneklem için t-testi; çalışanların yaş, eğitim, departman değişkenlerine göre oluşturdukları grupların yargılara ilişkin ortalamaları arasındaki farklılıkların anlamlılığını test etmek için tek yönlü anova testi ve hangi gruplar arasında farklılıkların ortaya çıktığını belirlemek için sheffe testi uygulanmıştır. Faktörler arasındaki ilişkinin boyutunu açıklamak için korelasyon analizi yapılmıştır.

### 3.5. Araştırmanın Hipotezleri

H1: Cinsiyetin stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

H2: Medeni durumun stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

H3: Yaşın stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

H4: Eğitim durumunun stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

H5: Çalışılan departmanın stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

H6: Stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

## 4. BULGULAR

### 4.1. Demografik Bulgular

Araştırma kapsamındaki otel çalışanlarının demografik özelliklerine ilişkin bulgular aşağıda Tablo 1'de yer almaktadır.

Çalışmamızda ilk kullanılan teknik, frekans analizi tekniği olup bulgular yüzde analizine göre değerlendirilmiştir. Anketi cevaplayan otel çalışanlarının sayısı 284 olup bunun (199) %70,1'i erkek, (85) %29,9'u kadındır. Kadın ve erkek çalışan sayılarının birbirinden oldukça farklı olduğu görülmektedir. Cevaplayıcıların yaş dağılımı incelendiğinde büyük çoğunluğunun 21-30 ve 31-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Bu sonuç genç nüfusa sahip olan ülkemizde hizmet sektöründe genç çalışan istihdamına yer verildiğini göstermektedir. Cevaplayıcıların %51,42'si bekar iken, eğitim durumları ele alındığında lise mezunu çalışanların % 42,86 ile çoğunlukta olduğu göze çarpmaktadır. Departmanlar dikkate alındığında anketi cevaplayanların %52,48'i yiyecek-içecek bölümü çalışanları, %17,61'inin önbüro bölümünde çalışanlardan oluştuğu görülmektedir. Çalışılan departman dağılımındaki düzensizliğin sebebi ise otel işletmelerinde yiyecek-içecek bölümünde daha çok personel istihdam edilmesidir.

**Tablo 1: Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı**

Demografik Özellikler	n	%	
Cinsiyet	Kadın	85	29,9
	Erkek	199	70,1
Yaş	0-20	16	5,7
	21-30	156	55,1
	31-40	100	35,3
	41-50	11	3,9
	51-60	0	0
Medeni Durum	Bekar	145	51,4
	Evli	137	48,6
Eğitim Durumu	İlköğretim	38	13,6
	Lise	120	42,9
	Önlisans	59	21,1
	Lisans	59	21,1
	Yüksek Lisans	4	1,4
Çalışılan Departman	Önbüro	50	17,6
	Kat Hizmetleri	22	7,7
	Yiyecek-İçecek	149	52,5
	Muhasebe	13	4,6
	Satış-Pazarlama	20	7,0
	İnsan Kaynakları	10	3,5
	Teknik Servis	9	3,2
	Güvenlik	5	1,8
	Çamaşırhane	3	1,1
	Spor Salonu	3	1,1

#### 4.2. Faktör Analizi

Çalışma ortamının fiziki yapısı, işin özelliği, yönetim anlayışı, örgüt iklimi ve kişinin kendinden kaynaklanan stres etmenlerini belirlemeye yönelik 28 adet soru, çalışanların stres durumunda gösterdikleri tepkileri belirlemeye yönelik 13 adet soru, stresle baş edebilmek için kullanılan stratejileri belirlemeye yönelik 24 adet iş stresi ölçeği anket sorusu, aynı ölçek tipi içerisinde düzenlenmiş olduğundan, faktör analizine uygun veri teşkil etmişlerdir. Stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki, stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemlerin tespiti yönelik tahmin değişkenlerinden birbirleriyle ilişkili olanlarının grup teşkil edip etmeyeceğini araştırmak için faktör analizine başvurulmuştur.

Ancak faktör analizine geçmeden önce anket sorularının güvenilirliğinin test edilmesi gerekmektedir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda  $\alpha$  değerinin %70'in üzerinde çıkmasına rağmen stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemlerde yer alan 'konuyla ilgili birini suçlamak' maddesinin ifade boyut korelasyonu (-) değer olduğu için sonraki aşamalarda kullanılmamak üzere çıkarılmıştır.

Ölçekte kullanılan 3 alt boyutun ayrı ayrı faktör analizi yapılmıştır ve faktör yükleri belirlenmiştir. Faktörler belirlenirken 'stres yaratan etmenler ve stres durumundaki tepki'de dik döndürme metotlarından varimax yöntemi kullanılmıştır, 'stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemlerde ise eğik döndürme metotlarından promax kullanılmıştır. 'İş Stresi Faktörleri Ölçeği'nin faktör analizi sonucunda 52 sorudan oluşan 9 faktör elde edilmiştir.

Analiz sonucunda belirlenen faktörler maddelere uygun şekilde isimlendirilerek Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 2: Ölçek Maddelerinin Ayrıldıkları Alt Faktörler**

Faktör İsmi	İlgili Kavramı Ölçmek İçin Ankette Yer Alan Maddeler
<b>Stres Yaratan Etmenler</b>	
Çalışan Değeri	Soru 11, 9, 13, 12, 8, 5, 10, 6, 26
Yönetim ve Çatışma	Soru 23, 22, 25, 19, 24, 14, 20
İş Yükü	Soru 2, 7, 3, 4, 17, 21
Özgüven Eksikliği	Soru 28, 27, 15
<b>Stres Durumundaki Tepki</b>	
Kişisel Tepki	Soru 11, 6, 5, 7, 10, 9, 8, 13
İşe Yönelik Tepki	Soru 2, 3, 4, 12
<b>Stresle Baş Edebilmek İçin Kullanılan Yöntemler</b>	
Pozitiflik	Soru 2, 3, 7, 4, 9, 8, 6, 1
Değişim	Soru 22, 21, 18
Stresten Kaçmak	Soru 13, 12, 15, 5

Stres yaratan etmenlerde soru 18, 1 ve 16, stres durumundaki tepkide soru 1, stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemlerde soru 14, 11 maddeleri faktörler arasında uyumu bozduğu için çıkarılmıştır. Daha sonra faktörlerin güvenilirlik analizi yapılmıştır ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemlerde soru 10, 16, 17, 19, 20, 23 maddeleri güvenilirliği bozduğu için çıkarılmıştır.



Tablo 3: Stres Yaratan Etmenlerin Faktör Yükleri

Değişkenler	Çalışan Değeri	Yönetim ve Çatışma	İş Yükü	Özgüven Eksikliği	Alfa
Sorumlulukların yerine getirilmesinde yetki yetersizliği	0,781				
İşle ilgili kararlara katılamamak, önerilerin dikkate alınmaması	0,734				
İşyerinde gerekli bilgilere ulaşmada karşılaşılan güçlükler	0,738				
Kendiniz ve yaptığınız işin önemsenmemesi	0,743				
İşyerinde kaynak ve imkanların dağıtımında dengesizlik	0,708				<b>0,918</b>
Gerek işle ilgili gerekse özel taleplerin dikkate alınmaması	0,664				
İşyerinde mekan ve donanım yetersizliği	0,672				
İşyerinde diğer çalışanla hakkınızda önyargılı olarak olumsuz düşünce	0,591				
İş konusunda baskı yapılması ve yapılan işe müdahale edilmesi	0,492				
Diğer çalışanların yanlış davranışları		0,732			
Roller ve kişilikler arasında çatışma		0,739			
Astlarla ortaya çıkan sürtüşme ve sorunlar		0,621			
Monoton işler		0,544			<b>0,856</b>
İşle ilgili kuralların sıkça değişmesi		0,458			
Aşırı disiplin, sıkı denetim		0,591			
Amirlerle ortaya çıkan sürtüşme ve sorunlar		0,575			
Yöneticilerin dışarıdan atama yoluyla gelmesi			0,452		
Aile ve sosyal hayata yeterli zaman ayıramama			0,611		
Aşırı derecede sorumluluk hissi içinde bulunma			0,557		<b>0,806</b>
İş yerinde gelişme ve terfi imkânının az olması			0,558		
İş yükünün fazlalığı ve zaman darlığı			0,752		
Uzun ve yorucu çalışma			0,740		
Kendine olan güvenin azlığı				0,845	
Kendini işin gereklerine göre yetersiz görme				0,828	<b>0,660</b>
Görevden alınma işten çıkarılma korkusu				0,497	
Varyans açıklama oranı %:		<b>9,280</b>	<b>13,936</b>	<b>15,468</b>	<b>23,060</b>
Toplam varyans açıklama oranı:	<b>61,684</b>				
KMO değeri:	<b>0,925</b>				
Bartlett's test of sphericity:		<b>3085,331</b>		<b>p=0,000</b>	

**Tablo 4: Stres Durumundaki Tepkinin Faktör Yükleri**

Değişkenler	Kişisel tepki	İşe yönelik tepki	Alfa
İnsanlara karşı kırıcı ve kaba olurum	0,714		
Çalıştığım insanlarla işbirliği yapamam	0,684		
İşimde çok sık hata yaparım	0,681		
Sağlık problemleri yaşarım	0,652		<b>0,843</b>
Aşırı alınganlık gösteririm	0,597		
Yaptığım işten çabuk bıkarım	0,584		
Kendi kabuğuma çekilirim	0,559		
Sıkça izin ve rapor alarak işimden uzaklaşırım	0,559		
İş yapma çalışma isteğim kalmaz		0,912	
Kendimi tam olarak işe veremem		0,807	<b>0,854</b>
İşe gelmek istemem		0,786	
İşimden ayrılmak isterim		0,519	
Varyans açıklama oranı %:	<b>25,694</b>		<b>30,714</b>
Toplam varyans açıklama oranı:	<b>56,408</b>		
KMO değeri:	<b>0,898</b>		
Bartlett's test of sphericity:	<b>1402,830</b>		<b>p=0,000</b>

**Tablo 5: Stres İle Baş Edebilmek İçin Kullanılan Yöntemlerin Faktör Yükleri**

Değişkenler	Pozitiflik	Değişim	Stresten Kaçmak	Alfa
Gün içinde işyerinde olanları unutmaya çalışmak	0,826			
Stres yaratan faktörün etkisini azaltıcı yönde yapıcı eylemde bulunmak	0,806			
Kendi kendine gevşemeyi öğrenmek	0,767			
Manevi yönün güçlendirilmesi	0,767			<b>0,854</b>
İş yapış şeklini değiştirerek monotonluktan kurtarmak	0,842			
Hayattan beklentileri ve amaçları açıklığa kavuşturmak	0,673			
"Daha kötüsü olabilirdi " diye düşünerek durumu kabullenmek	0,593			
Elinden gelenin en iyisini yaptığina inanmak	0,541			
Önceden oluşan inançları değiştirmek		0,893		
Amaç ve beklentileri değiştirmek		0,762		<b>0,667</b>
Hoş olmayan durumların yaşanabileceği kişilerle yüz yüze gelmekten kaçınmak		0,547		
Müzik dinlemek, sinema veya tiyatroya gitmek			0,760	
Stres yaratan durumu düşünmemek			0,631	<b>0,657</b>
Sorunları unutmak için kendini daha çok işe vermek			0,612	
İşin uzun dönemde yoluna gireceğine inanmak			0,438	
Varyans açıklama oranı %:		<b>5,615</b>	<b>5,810</b>	<b>6,158</b>
Toplam varyans açıklama oranı:	<b>17,583</b>			
KMO değeri:	<b>0,832</b>			
Bartlett's test of sphericity:		<b>1386,591</b>		<b>p=0,000</b>

Veri setinin faktör analizine uygunluğu test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett testi uygulandı, KMO değeri 0,50'nin üzerinde olduğu ve Bartlett testide 0,05 önem derecesinde anlamlı olduğundan veri seti faktör analizine uygun bulunmuştur.

### 4.3. Değişkenlerin Farklılık Testleri (t-Testi ve ANOVA)

İki değerli olan cinsiyet ve medeni hal değişkeni için t-testi; yaş, eğitim durumu ve çalışılan departman için anova testi uygulanmıştır.

H<sub>1</sub>: Cinsiyetin stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

H<sub>2</sub>: Medeni halin stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

**Tablo 6: Cinsiyet ve Medeni Hal Değişkenlerinin t-Testi Sonuçları**

Bağımlı Değişkenler	Cinsiyet		Medeni Hal	
	t	p	t	p
<b>Stres Yaratan Etmenler</b>				
Çalışan Değeri	-1,269	0,205	0,348	0,728
Yönetim ve Çatışma	-1,339	0,182	-0,685	0,494
İş Yükü	-0,471	0,638	0,049	0,961
Özgüven Eksikliği	<b>-2,490</b>	<b>0,013</b>	-0,061	0,951
<b>Stres Durumundaki Tepki</b>				
Kişisel Tepki	-0,669	0,504	<b>-2,658</b>	<b>0,008</b>
İşe Yönelik Tepki	-0,253	0,801	-1,687	0,093
<b>Stresle Baş Edebilmek İçin Kullanılan Yöntemler</b>				
Pozitiflik	0,061	0,951	-0,815	0,416
Değişim	0,468	0,640	-0,591	0,555
Stresten Kaçmak	-1,649	0,100	-1,812	0,071

p<0,05 seviyesinde anlamlı

Tablo 6'dan ulaştığımız sonuçlara göre, cinsiyetin stres yaratan etmen olan özgüven eksikliği üzerindeki değerinin p<0,05'ten küçük çıkmasıyla hipotez kabul edilmiştir. Özgüven eksikliği, kadınlar üzerinde %2,12 oranı ile erkekler (%1,81)den daha fazla stres yaratan etmendir. Bu sonuç kadınların erkeklere oranla daha fazla özgüven eksikliğine sahip olduğu bununda kadın çalışanlarda strese sebep olduğu anlaşılmaktadır. Literatürde yapılan çalışmalarda (Tsaur ve Tang, 2012) bu sonuçla benzer özellikler göstermektedir. Cinsiyetin diğer değişkenler üzerinde etkisi olmadığı görülmekte, kadınlar ve erkekler stres yaratan etmeni birbirinden farklı hissetmemektedirler.

Medeni halin sadece stres durumundaki tepkinin faktörü olan kişisel tepki değişkeni üzerinde etkili olduğu görülmüş, bekârların evlilere oranla stres durumunda daha çok kişisel tepki gösterdikleri tespit edilerek hipotez kabul edilmiştir. Bekarların stres durumunda tepki göstermeleri yaşamda bakmakla yükümlü olduğu aile bireylerine henüz sahip olmaması durumu ile açıklanabilmektedir. Medeni halin diğer değişkenlerle arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

H<sub>3</sub>: Yaşın stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

H<sub>4</sub>: Eğitim durumunun stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

H<sub>5</sub>: Çalışılan departmanın stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler üzerinde etkisi vardır.

**Tablo 7: Yaş, Eğitim Durumu Ve Çalışılan Departman Değişkenlerinin ANOVA Testi Sonuçları**

Bağımlı Değişkenler	Yaş		Eğitim Durumu		Çalışılan Departman	
	F	p	F	p	F	p
<b>Stres Yaratan Etmenler</b>						
Çalışan Değeri	1,190	0,314	<b>2,438</b>	<b>0,048</b>	1,135	0,339
Yönetim ve Çatışma	1,091	0,119	<b>2,910</b>	<b>0,022</b>	0,815	0,603
İş Yükü	2,201	0,089	<b>3,210</b>	<b>0,014</b>	1,347	0,214
Özgüven Eksikliği	0,433	0,739	1,282	0,278	<b>2,284</b>	<b>0,018</b>
<b>Stres Durumundaki Tepki</b>						
Kişisel Tepki	<b>3,002</b>	<b>0,031</b>	2,202	0,069	0,381	0,944
İşe Yönelik Tepki	1,294	0,277	<b>3,706</b>	<b>0,006</b>	1,593	0,117
<b>Stresle Baş Edebilmek İçin Kullanılan Yöntemler</b>						
Pozitiflik	2,607	0,052	0,832	0,511	0,534	0,849
Değişim	0,446	0,720	0,682	0,605	<b>2,036</b>	<b>0,036</b>
Streslen Kaçmak	0,592	0,621	1,878	0,115	0,518	0,861

$p < 0,05$  seviyesinde anlamlı

Yaş değişkeni için yapılan anova testinde, yaşın sadece stres durumundaki tepkinin faktörü olan kişisel tepki değişkeni üzerinde etkili olduğu görülmüş hipotez kabul edilmiştir. 0-20 yaş aralığındaki çalışanların stres durumunda daha çok kişisel tepki verdikleri saptanmışken, 41-50 yaş aralığındaki çalışanların ise daha az tepki verdikleri tespit edilmiştir. Yaş aralığı ilerledikçe insanların sessiz kaldığı ve içine attıkları sonucuna ulaşılabilmektedir. Yaşın diğer değişkenlerle arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Eğitim durumunda stres yaratan etmenlerden çalışan değerinin, yönetim ve çatışmanın, iş yükünün; stres durumundaki tepkiden ise işe yönelik tepki değişkeninin eğitim üzerinde etkili olduğu ve asıl etkiyi yaratan grubun lisans ve önlisans mezunları olduğu görülmüştür. Eğitim seviyesi arttıkça çalışanların stres faktörlerinin değiştiği ve tepkilerinin belirginleştiği sonucuna ulaşılmıştır. Çalışılan departmanda ise stres yaratan etmen olan özgüven eksikliği ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntem olan değişim üzerinde etkisi olduğu görülmüştür. Stres yaratan etmenlerden özgüvenin güvenlik departmanında az, muhasebe departmanında ise yüksek olduğu belirlenmiştir. Stresle baş edebilmek için kullanılan değişim değişkeninde teknik servisin %3,22 ile değişime kapalı, spor salonu departmanının ise %1,55 ile değişime en açık departman olduğu görülmüştür.

#### 4.4. Üç Grup Arasındaki İlişkinin (Korelasyonun) İncelenmesi

Stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler arasındaki ilişkinin ortaya konması yani bu üç kavram arasında bir ilişkinin olup olmadığının belirlenmesi amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve aşağıdaki korelasyon katsayılarına ulaşılmıştır.

H<sub>6</sub>: Stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepki ve stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler arasında ilişki vardır.

**Tablo 8: Korelasyon Katsayıları**

	Stres Yaratan Etmenler	Stres Durumundaki Tepki	Stresle Baş Edebilmek İçin Kullanılan Yöntemler
Stres Yaratan Etmenler	1	,549**	,251**
Stres Durumundaki Tepki	,549**	1	,043
Stresle Baş Edebilmek İçin Kullanılan Yöntemler	,251**	,043	1

\*\*p<0,01 seviyesinde anlamlı

Stres yaratan etmenlerin ile stres durumundaki tepki değişkenleri arasında orta derecede bir ilişki varken, stresle baş etmek için kullanılan yöntemlerin değişkenleri arasında zayıf bir ilişki vardır.

Otel çalışanlarının stres durumunda nasıl tepki verileceği konusunda bilgi ve tecrübe sahibi olmadığı için stresin verdiği baskıyla tekrar hata yapacağını düşünmesi, çalışmada bunu tekrar stres yaratan etmen olarak hissetmesinden kaynaklanabilir. Çalışanların stresle baş etme yöntemleri açısından yeterince bilinçli olmayışı stres yaratan etmenlerle ve stres durumundaki tepki ile ilişkinin zayıf olduğunu kanıtlar. Stresle baş edebilmek için kullanılan yöntemler ile stres durumundaki tepki arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Otel işletmelerinde müşterilerle doğrudan ilişki içinde olan işgörenlerin verimliliği, müşteri memnuniyetini doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle otel işletmelerinde çalışan işgörenlerin stresten uzak, özgüvenlerini güçlendirici ve kendilerini rahat hissettikleri bir iş ortamında çalışmaları gerekmektedir.

Bu çalışmada, demografik özelliklerin otel çalışanlarında stres yaratan etmenler, stres durumunda verdikleri tepkiler ve stresle baş etmek için kullandıkları yöntemler üzerinde etkili olup olmadığına ilişkin yapılan analizler sonucunda, çalışanların cinsiyeti ve çalıştıkları departmanın özgüven eksikliği faktörü üzerinde; medeni hal ve yaşın kişisel tepki faktörü üzerinde; eğitim durumunun çalışan değeri, yönetim ve çatışma, iş yükü, işe yönelik tepki faktörleri üzerinde; çalışılan departmanın ise değişim faktörü üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Stres yaratan etmenler, stres durumundaki tepkiler ve stresle baş etmek için kullanılan yöntemler arasında anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konmuştur.

Yapılan analizler sonucunda çalışmada stres yaratan en önemli faktörün özgüven eksikliği olduğu, örgüt yapısının ve politikasının ise ikinci planda kaldığı görülmektedir. Bu durum yapılan pek çok araştırma ile (Aydın, 2004; Sökmen, 2005; Akova, 2008; Başyaka, 2009) farklılık göstermektedir. Bu çalışmaya başlarken örnek olarak, aynı anket sorularını kullandığımız Akova ve Işık'ın (2008) çalışmasının sonucunda otel işletmelerinde stres yaratan en önemli faktörün örgüt yapısından ve politikasından kaynaklandığı belirlenmiştir. Ancak her iki araştırmanın sonuçlarını karşılaştığımızda, görülen bu farkın anketi uygulamış olduğumuz otellerin farklı özelliklerde hizmet vermesi olabilir. Anketi uyguladığımız otellerin kıyı oteli olması ve mevsimlik özellik taşımasına rağmen, otel yöneticilerinin çalışan personeline verdikleri değerlerin yüksek olmasından kaynaklandığı düşünülebilir. Ayrıca anket çalışmamızda tesadüfi olarak seçilen beş otel işletmesinin uzun yıllardır bu sektörde yer almasının da çıkan olumlu sonuçların üzerinde etkisi olduğu düşünülebilir.

Sonuç olarak; stresi bir problem olarak görmek yerine işletmede doğabilecek daha önemli problemlerin habercisi olarak görüp, gerekli önlemleri almak için bir fırsat olarak değerlendirmek gerekmektedir.

Araştırmada birkaç sınırlılık ortaya çıkmaktadır. Araştırma Antalya ilinde hizmet veren mevsimlik çalışan beş kıyı otelleri çalışanlarına yöneliktir. Bu anlamda çalışmanın sonuçlarının Antalya bölgesinde hizmet veren otel çalışanlarının tamamına genellenmesi söz konusu olmamalıdır. Bu çalışma sadece turizm çalışanlarına yöneliktir ve sektörde hizmet veren otel işletmeleri çalışanlarına yönelik yapılmıştır. Örneklem sayısı artırılarak ve sektörün diğer işletmeleri çalışanlarını kapsayacak biçimde tekrarlanması ve uygulanması yerinde bir karar olacaktır.

## 5. KAYNAKÇA

- Akova, O. ve Işık, K., (2008) Otel İşletmelerinde Stres Yönetimi: İstanbul’ daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (15) 2008 / 1: 17-44.
- Aydın, Ş., (2004) Otel İşletmelerinde Örgütsel Stres Kaynakları: 4-5 Yıldızlı Otel İşletmesi Uygulaması, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 6(4), 1-21.
- Balcı, A., (2000) *İş Stresi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Baltaş, A.- Z., (1990) *Stres ve Başa Çıkma Yolları*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Başaran, İ. E., (1991) *Örgütsel Davranış*, Gül Yayınevi, Ankara.
- Eren, E., (2004) *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, Beta Basın Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Ertekin, Y., (1993) *Stres ve Yönetim*, Todaie Yayınları, Ankara.
- Güçlü, N., (2001) “Stres Yönetimi”, G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi Cilt 21, Sayı 1 s.91-109.
- Gümüştekin, G. Eren ve Öztemiz A. Bircan. , (2004) “Örgütsel Stres Yönetimi ve Uçucu Personel Üzerinde Bir Uygulama”, *Erciyes Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 23.
- Sabuncuoğlu, Z. ve Tüz, M., (2001) *Örgütsel Psikoloji*, Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Saldamlı, A., (1999) *Otel İşletmelerinde Stres Kaynakları ve Çalışanlar Üzerindeki Etkileri*. Doktora Tezi Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Sökmen, A., “Konaklama İşletmelerinin Yöneticilerinin Stres Nedenlerinin Belirlenmesinde Cinsiyet Faktörü: Adana’da Ampirik Bir Araştırma”, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Güz, 1, 2005, s.1-27.
- Tutar, H., (2000) *Kriz ve Stres Ortamında Yönetim*, Hayat Yayıncılık, İstanbul.

# GÜMÜŞHANE İLİ SÜLEYMANİYE MAHALLESİNDEKİ TARİHİ YAPILARIN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

## IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE TOURISM THE EVALUATION OF THE HISTORICAL BUILDINGS IN SÜLEYMANİYE REGION OF GÜMÜŞHANE PROVINCE

Ertuğrul DÜZGÜN\*\*, İsmail ÇALIK\*\*\*

**ÖZET:** Sürdürülebilir turizm, turistik bölgelerin korunması, geliştirilmesi, tahribat unsurlarının ölçülmesi gibi konularda paydaşlara rehberlik eden bir yaklaşımdır. Bu çalışmanın amacı Gümüşhane ili Süleymaniye Bölgesi'ndeki mevcut kültürel yapılan durumu ve sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesi ile ilgili öneriler geliştirmektir. Gümüşhane ili, Süleymaniye Bölgesi farklı kültürlerle ev sahipliği yapmış olması, inanç merkezi, kültürel miras unsuru gibi değerleri barındırması gibi özgün özelliklere sahiptir. Bu bağlamda bölgede hayata geçirilecek turizm etkinliklerinin koruma/kullanma dengesi gözetilerek planlanması önem arz etmektedir. Araştırma sonucunda Süleymaniye Bölgesi'ndeki kültürel yapıların bazılarının tahrip olduğu gözlemlense de, bir çoğu ile ilgili restorasyon, rekonstrüksiyon projelerinin ilgili kurumlar tarafından sürdürüldüğü belirtilmelidir.

**Anahtar sözcükler:** Gümüşhane, Sürdürülebilir Turizm, Süleymaniye (Eski Gümüşhane) Bölgesi.

**ABSTRACT:** Sustainable tourism is an approach that guide to stakeholders on such issues that the protection, development of touristic regions, measurement of destruction elements. The aim of this study is to develop suggestions about the existing cultural situation in Süleymaniye Region of Gümüşhane Province and evaluation of it in the context of sustainable tourism. Gümüşhane Province's Süleymaniye Region has distinctive features such as hosting diverse cultures and their inherits and being a center of religious belief. In this regard, it is important to plan the tourism activities to be implemented while considering the protection / utilization balance. At the result of research, even if it is observed that some of the cultural structures in Süleymaniye Region are destroyed, it should be stated that restoration and reconstruction projects about most of them is maintained by relevant institutions.

**Keywords:** Gümüşhane, Sustainable Tourism, Süleymaniye (Old Gümüşhane) Region.

### 1. GİRİŞ

Bölgesel gelişmenin beraberinde getirdiği birtakım olumsuz sonuçlardan yola çıkılarak, günümüz değerlerinin gelecek kuşakların değerleri ile özdeş olarak karşılanması ve korunması sürdürülebilirlik kavramının ana çalışma alanıdır. Sürdürülebilirliğin tanımlanmasının ardından turizm, plan-politika, kalkınma gibi alanlarda da uyarlanarak sürdürülebilirlik kavramı geniş boyuta taşınmıştır. Özellikle sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm kavramları gerek ulusal gerek uluslararası boyuttaki otoritelerin üzerinde önemle durdukları konular haline gelmiştir.

Yörelere özgü somut veya somut olmayan kültürel miras unsurlarının koruma/kullanma dengesi gözetilerek geliştirilmesi sürdürülebilir turizmin temel göstergeleri arasındadır. Sahip olunan kültürel miras unsurları; görsel sanatlar, yazılı ve sözlü anlatımlar, araç ve gereçler, \*\*Öğr.Gör., Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Gümüşhane, duzunertugrul@gmail.com \*\*\*Yrd.Doç.Dr., Gümüşhane Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Gümüşhane, ismailcalik29@gmail.com

yemek kültürü, el sanatları, mekânlar, gelenek görenekler, günlük yaşam tarzları gibi unsurları içermektedir. Bu kültürel değerlerin kuşaktan kuşağa aktarılması önem arz etmekle birlikte kültürel çeşitliliğin mevcudiyeti turizm açısından da önemli bir çekim unsuru olabilecektir.

Çalışma alanı olarak seçilen Gümüşhane ili birçok tarihi ve kültürel değere sahip olan bir bölgedir. Bölgede turizm gelişiminin başlangıç seviyesinde olması nedeniyle planlanacak turizm stratejisinin sürdürülebilir kriterler çerçevesinde ele alınması turizmin oluşturacağı orta ve uzun vadeli tahribatları azaltacaktır. Çalışmada Eski Gümüşhane olarak da bilinen Süleymaniye Mahallesi'nde bulunan kültürel değerlerin mevcut durumu değerlendirilerek sürdürülebilir turizm bağlamında öneriler geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Bölgelerin kalkınmasında ve gelişmesinde büyük bir rol üstlenen turizm, özellikle yerele yaptığı katkıyla ön plana çıkmaktadır. Sürdürülebilir turizmde koruma ve kullanma dengesini benimsediği için bölgeye olumlu izler bırakmaktadır. Gerek tabiat alanlarının korunması, geliştirilmesi gerekse tahribat unsurlarının ölçülmesi noktasında paydaşlara rehberlik ederek onlara yön veren bir kavramdır. Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir turizm göstergeleri, Gümüşhane ve Süleymaniye bölgeleri ile ilgili genel bilgiler verilmiştir. Çalışmanın ikinci kısmında ise araştırmanın yöntemi, kapsamı ve sınırlılıkları üzerinde durulmuştur. Üçüncü kısımda çalışmayla ilgili araştırma bulgularına yer verilmiştir. Son bölümde ise tartışma ve sonuçlar yer almaktadır.

## 2. LİTERATÜR TARAMASI

Turizmin ülke çapında önemi azımsanmayacak derecedir. Doğal, tarihi, kültürel ve beşeri varlıkların kullanılmasını sağlayan turizm sektörünün, endüstriyel faaliyetlerin gelişmediği bölgelerde büyük bir açığı kapattığı, bu bölgelerin gelişmesinde etkin bir role sahip olduğu belirtilmektedir (Gülbahar, 2009).

Sürdürülebilir Turizm, Dünya Turizm Örgütü (WTO)'nün tanımına göre, “insanların etkileşim içinde buldukları çevrenin doğallığının korunarak, kültürel bütünlüğün sağlanarak, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamını sürdüren sistemlerin yaşatıldığı ve aynı zamanda tüm bu potansiyel kaynakların ev sahibi bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını tatmin edecek şekilde ve gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri tarzda yönetildiği bir kalkınma biçimidir” (WTO, 1996). UNEP (2003:7) ‘e göre ise sürdürülebilir turizm “mevcut turistlerin ve ev sahibi toplumların istek ve beklentilerini karşılayan, ekonomik, sosyal, estetik talepleri öngören, kültürel bütünlüğün, zorunlu ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemlerinin devamlılığının sağlandığı bir planlama süreci” olarak tanımlanmıştır.

Etkisi giderek artan doğal, ekonomik ve sosyal tahribat, başta karar vericiler olmak üzere, turizm konusundaki bütün paydaşlara bazı sorumluluklar yüklemektedir. Bu bağlamda, Shockholm Bildirgesi, Bruntland Raporu, Rio Zirvesi, Gündem 21 gibi toplantı ve çalışmalar, tahrip edilen kaynakların sürdürülebilir kullanımı ile ilgili bazı ilkeler ortaya koymaktadır. Turizm endüstrisinde de, turizm faaliyetlerinden kaynaklanan tahribatın boyutunu belirlemek amacıyla sürdürülebilir turizm göstergeleri kullanılarak önemli çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Çalık, 2014: 28).

UNWTO (Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri Uluslararası Çalışma Grubu), sürdürülebilir turizm etkisini ölçmek için hedeflenen 11 temel gösterge geliştirmiştir. Bunlar; *site koruma, stres, kullanım yoğunluğu, sosyal etki, gelişim kontrolü, atık yönetimi, planlama süreci, kritik ekosistemler, tüketici memnuniyeti ve turizmin yerel ekonomiye katkısı* başlıklarında ele alınmıştır. Dymond (1997) UNWTO'nun göstergelerini *ekolojik göstergeler* (site koruması,



stres, kullanım yoğunluğu, atık yönetimi ve kritik ekosistemler); *sosyal göstergeler* (sosyal etki, yerel memnuniyeti); *ekonomik göstergeler* (tüketici memnuniyeti ve turizmin yerel ekonomiye katkısı) ve *planlama göstergeleri* (gelişim kontrolü ve planlama süreci) şeklinde kategorize etmiştir (Stoddard vd., 2012: 247).

### 2.1.Eski Gümüşhane (Süleymaniye)

Bölgenin tarihi dönemleri ile ilgili alan yazınına bakıldığında, bölge ile ilgili bilgilere en erken Hitit dönemi kaynaklarında rastlanılmaktadır. Urartu Devletinin M.Ö. 585'lerde yıkılmasından sonra Urartu baş tanrısı Haldi'ye tapan insanların bir kısmının Gümüşhane ve civarına geldikleri, bu insanların bölgeye tanrıların isimlerini verdiklerinden bahsedilmektedir (Uslu, 1980: 1). Gümüşhane ve çevresinde günümüze kadar yapılan araştırmalarda Roma Dönemine kadar geçen sürede bölgenin tarihine ışık tutabilecek önemli bir yazıt bulunamamıştır (Yurttaş, 2008: 186).

Doğu Karadeniz Bölgesi'nde bulunan Gümüşhane ili kuzeyde Trabzon, doğuda Bayburt, güneyde Erzincan, batıda Giresun illeri ile çevrelenmektedir. Erzurum ile Trabzon yolunun bulunduğu Harşit vadisi üzerindeki Canca Kalesi, etrafındaki madenlerin de etkisiyle gelişmiş ve Pontus -Bizans dönemlerinde bölgedeki merkez halini almıştır. Gümüşhane ili de ilk defa, Canca adıyla bilinen ve bugünkü şehrin kuzeybatısında bulunan mahallenin olduğu yerde kurulmuştur. Bütün eski kaynakların tasvirlerine göre gümüş yatakları da bu mevkide bulunuyordu. Bu sebeple şehrin adı Türk kaynaklarında Canca biçiminde geçmektedir. İskender Döneminden sonra Pontus Devletinin, daha sonra da Roma İmparatorluğunun sınırları içine giren Canca Kalesi, bu İmparatorluğun ikiye ayrılmasından sonra da Doğu Roma (Bizans) sınırları içinde kaldı (Özkan ve Yurttaş, 2004: 168). Akabinde ise Osmanlı egemenliğine geçmiştir.

Şehir tarzında ilk yerleşim yine Eski Gümüşhane olarak tabir edilen Süleymaniye mahallesinde başlamıştır. Kanuni Sultan Süleyman'ın emriyle madenlerin işleyişinin daha rahat kontrol edilmesi ve madencilerin ihtiyaçları ile iskânına elverişli bir yerleşim ihtiyacı doğduğundan bir cami ve elli hanenin yapılmasıyla imar faaliyetlerine başlanmış, ardından hızlı bir yapılaşma devam etmiştir (Yüksel, 1997: 23).

Sit alanı olarak ilan edilen Eski Gümüşhane kendine özgü mimarisi ile önemli çekim merkezi durumundadır. Gümüşhane'de Canca, Kov, Akçakale, Kador Kaleleri önemli yapılarıdır (Gümüşhane Valiliği, 1997). Eski Gümüşhane'deki bu mimarilerden başlıcaları cami, kilise, manastır, eğitim kurumu, hamam, köprü, türbe, çeşmelerden oluşmaktadır. Bölgede bulunan mimari eserler ise aşağıdakiler gibi sıralanabilir (San, 1990: 80);

#### *Küçük Camii*

Süleymaniye Mahallesi'nde Ulu Cami'nin batı tarafındaki mahallenin kuzey yamacında yer almaktadır. Yapının kitabesi günümüze ulaşmamakla beraber ilk Osmanlı yapılarından olduğu tahmin edilmektedir. Kare planlı ve üzeri tek kubbe ile örtülü olan camide moloz taş mimari kullanılmıştır (Özkan ve Yurttaş, 2012: 29).

#### *Süleymaniye Camii*

Süleymaniye mahallesinin merkezinde ve kavşak noktasındadır. Kanuni Sultan Süleyman'ın yaptırmış olduğu cami halk arasında Ulu Camii olarak bilinmektedir. Selçuklu geleneğini sürdüren dikdörtgen planlı yapı üç nefli bir yapıdan oluşmaktadır. Geçmişte camiye bitişik birde medresinin olduğu bilinmesine rağmen günümüze ulaşmamıştır (Gümüşhane Valiliği, 1994: 64).

Son olarak 2006 yılında restorasyonu yapılan caminin içi ve son cemaat yeri yenilenmiş, avlusuna tuvaletler ve gashane eklenmiştir (Özkan ve Yurttaş, 2012: 30).

#### *Minare I (Çarşı Camii)*

Şehir merkezinden başlayıp Cami-i Sağır merkezine değin giden çarşının merkezine yakınlığı sebebiyle Çarşı Camii olarak adlandırılan caminin yapım yılı ile ilgili net bilgi bulunmamaktadır. Dolu (2010: 52)' nun Trabzon KTVKK arşivinde yapmış olduğu araştırmadan elde ettiği envanter fişlerine göre cami, 2005 yılında yıkılıp tekrar inşa edilerek Vakıflar Trabzon Bölge Müdürlüğü tarafından restorasyonu yapılmış ve sekizgen bir kaide üzerine inşa edilmiştir (Dolu, 2010: 52).

#### *Minare II (Cami-i Sağır)*

Süleymaniye mahallesinin doğu tarafında yer alan cami klasik Osmanlı dönemi mimarilerinin özelliklerini yansıtan sekizgen kaideli ve tek şerefeli bir minareye sahip camidir (Özkan ve Yurttaş, 2012: 27). Günümüzde yıkılmış olan caminin sadece minaresi 2005 yılında Vakıflar Trabzon Bölge Müdürlüğü tarafından restore edilerek ayakta kalabilmiştir.

#### *Minare III (Dere Camii)*

Tıpkı Çarşı Cami ve Camii Sağır gibi 2005 yılında restorasyonu yapılan caminin minare kısmı restore edilirken çevresindeki cami duvarı kalıntıları yıkılarak, minarenin etrafına kare planlı bir koruma platformu eklenmiştir. Bir öğrencinin minareden düşerek ölmesi sebebiyle bölge halkı arasında 'Kanlı Minare' olarak da adlandırılmaktadır (San, 1990: 80). Eski Gümüşhane'de 1293 (1877) Trabzon Salnamesi'ne göre 9 Rum kilisesi ve 1 Ermeni kilisesi kaydı bulunmaktadır (San, 1993: 23);

#### *Hagios Georgios Metropolitlik Kilisesi*

14. yy,ın ilk yarısında Trabzon Prensi Aleksios Komnenos tarafından yaptırılan kilise Yunan Haçı planında kubbeye örtülü bir yapıdır. Haç kolları ise beşik tonozlar ile örtülüdür. Yapının II. Abdulhamid döneminde onarıldığı bilinmektedir (Gümüşhane Valiliği, 1994: 69).

#### *Hagios Ioannes Kaya Manastırı*

Üzerinde kitabesi bulunmayan yapının bölgedeki diğer kiliselerden üslup farklılığı olması sebebiyle 18. ve 19.yüzyıllarda yapıldığı belirtilmektedir. Kilisenin güney ve batı kısımları duvarla çevrilirken diğer kısımları kayanın düzleştirilmesi ile yapılmıştır. İsa'nın doğum sahnesi olan Genesis'in tasvir edilmiş olduğu dini figürlerin kalıntıları bulunmaktadır (Özkan ve Yurttaş, 2012: 31). Manastır halk arasında Camgöz'ün Kilisesi olarak da bilinmektedir (San, 1990: 80).

#### *Panagia (Meryemana) Manastırı*

Khaldea Metropolitiğine bağlı 7 kiliseden biri olan manastır; ortada merkezi kubbe, şapeli köşelerden küçük kubbeli tonozlar ile örtülüdür. Yunan haçı planlı olan yapı üç nefli bir bazilikanın karışımı gibidir. Apsisin nişinde Bizans Dönemi'nden freskler vardır (Gümüşhane Valiliği, 1994: 71).

### *Hagios Stephanos Manastırı*

Süleymaniye Mahallesiinde şehrin güneydoğusunda bulunan yapı 14.20 metreye 22.55 metre ölçülerinde üç nefli bazilikal planda yapılmıştır. Yapının 17. Yüzyılın mimari özelliklerini taşımadığı görülmekle birlikte 19.yüzyılda komple restorasyona uğradığı düşünülmektedir (Özkan ve Yurttaş, 2012: 36).

### *Stephanos-Timios Stavros Kiliseleri*

Tam olarak inşa tarihi bilinmemekle beraber Rum kilisesi olarak da adlandırılmaktadır. Üç nefli bazilikal bir yapı olan kilisede fresk kalıntıları da bulunmaktadır. 13. yy' da onarım gördükleri düşünülen kiliselerin günümüzde yan duvarları kısmen yıkık durumdadır (Gümüşhane Valiliği, 1994: 74).

San (1990) 20. yy'ın başlarından itibaren Eski Gümüşhane Türk mahallelerinin hepsinde birer özel mahalle mektebi bulunduğunu; Cami-i Kebir mahallesiinde resmi bir Sıbyan Mektebi ve İbtidai Mektep (İlkokul) bulunduğundan bahsederken, Kandilaptis (1931) bölgede Rum okulları dışında Ermeni Okulu, Rüştüye ve 3 adet Medresenin varlığından söz etmektedir (San, 1990: 84);

### *Rum Erkek Okulu (Frontistirion)*

Halk arasında Sarı Mektep olarak anılan yapı yerleşimin batısında, Hızırilyas/Agios Georgios mahallesiinde bulunmaktadır. Trabzon Rum Okulundan sonra Karadeniz'in en önemli okuluydu. (Kandilaptis, 1931'den aktaran Dolu, 2010: 64). 18.30x11.28 metre boyutlarındaki yapı moloz taş malzemeli olup, ahşap hatıllı ve içi sıvalıdır (Yurttaş, 2008: 354).

### *Rum Kız Okulu*

1873 yılında Georgios Papadopoulos Kiriakidis ve Haldiya (Gümüşhane) Metropoliti Lavrandiyos tarafından kurulan okulun zemin katında Pinelopi adı verilen bir halı atölyesi, 4 ilkokul sınıfı, 3 öğretmen, 1 anasınıfı öğretmeni, ayrıca 2 erkek öğretmen ve 120 öğrencisi bulunmaktaydı (Kandilaptis, 1931: 37 aktaran Dolu, 2010: 65).

### *İbtidai Mekteb (İlkokul)*

Eski Gümüşhane'de günümüze ulaşan tek Müslüman okulu Süleymaniye Camii avlusunun doğusundaki yapıdır. Yapı Süleymaniye İlkokulu olarak 1980'lere kadar işlevini sürdürmüş, öğrenci sayısının yetersizliği sebebiyle kapatılınca bir süre boş kalmıştır (San, 1990: 84). 1990'larda onarılarak üst katı Süleymaniye Camii İmamı Lojmanı, alt katı da kiralık konut olarak kullanılmaya başlanmıştır (Dolu, 2010: 67).

### *Kavaklık Hamamı*

Süleymaniye Mahallesi'nde, Süleymaniye Köprüsü'nün güneybatısındaki meskûn olmayan mevkidedir. Binanın inşa tarihi bilinmemekle beraber 17. yy. eseri olabileceğini düşünmektedir (Uslu, 1980).

### *Dere Hamamı*

Eski Gümüşhane şehrinin ortasından geçen dere kenarında bulunduğu için halk arasında "Dere Hamamı" olarak adlandırılmıştır. Kitabesi bulunmayan yapı 18.yy Osmanlı Dönemi

hamamlarına benzeyen yapı, Klasik Osmanlı dönemi hamamlarının dört eyvan şemasını devam ettiren bir özelliğe sahiptir (Özkan ve Yurttaş, 2012: 68).

#### *Çaput Hamamı*

Süleymaniye mahallesinde, Ulu Cami'nin bulunduğu mevkiinin tam karşısındaki yamaçta inşa edilmiş olan cami halk arasında "Çaput Hamamı" olarak bilinmektedir (Uslu, 1980: 12).

#### *Paşa Hamamı*

Süleymaniye mahallesinde ulu caminin güneyinde bulunan hamam, 0.50 m. kalınlığında tuğla duvarlara sahiptir. Geçmiş yıllarda samanlık olarak kullanılan yapı Osmanlı Dönemindeki klasik tür hamam planına benzemekle birlikte yapılış dönemi tam olarak netlik kazanmamıştır (Özkan ve Yurttaş, 2012: 69). Günümüzde hamam ile ilgili Gümüşhane Belediyesi tarafından restorasyon çalışmaları sürdürülmektedir.

#### *Ulu Cami Köprüsü- Süleymaniye Köprüsü*

Süleymaniye mahallesinin merkezinde bulunan köprü, bölgeyi ikiye ayıran Musalla Deresi üzerinde inşa edilmiştir. Ulu Caminin doğusundan geçen yol üzerinden gidilerek köprüye ulaşılabilmektedir (Tozlu, 1998: 63). Köprü, sivri kemerli ve tek gözlüdür. 6 metre kemer açıklığına sahip olmakla birlikte köprünün kemeri kesme taştan, tempan ve tabliyesi ise moloz taştan inşa edilmiştir. Köprü 3. 40 m. ile 5. 70 m. ebatlarındadır. Üzerinde kitabesi olmamakla birlikte, mimari özelliklerinden dolayı Osmanlı döneminde inşa edildiğini söylemek mümkündür (Yurttaş, 2008: 352).

#### *Hindere Köprüsü*

19. yy. Osmanlı mimari örneğini yansıtan köprünün her iki ucu da kayalık alan üzerine oturtulmuştur. Günümüze kadar sağlam olarak ulaşan köprünün üzerinde süslemeler bulunmayan sade bir yapıya sahiptir (Özkan ve Yurttaş, 2012: 78).

#### *Hacı Tahir Efendi Türbesi*

Ulu Caminin kuzey doğusunda yer alan türbe 5.50x5.82 metre boyutlarında olup; duvar kalınlığı 0.60 metredir. Türbe içerisinde bulunan iki sandukadan biri diğerine göre daha büyüktür. Giriş kısmı doğudan olan türbe kare planlıdır. Ayrıca diğer üç yönde de birer penceresi bulunmaktadır (Yurttaş, 2008: 353).

Gümüşhane yöresinde çeşmeye pohar (pınar) denilmektedir. San (1990, 83) Eski Gümüşhane'de 14 adet çeşme olduğunu belirterek, bunları Alaşa, Cami, Çifte, Çöplük, Dibicin, Dabakhane, Karahan, Kazancı, Keçeci, Ketenos, Kalandar, Komiserin, Papazın ve Kavraz Poharı olarak sıralamıştır.

#### *Ulu Cami Çeşmesi*

Ulu Camii'nin güneyindeki bahçe duvarına bitişik olarak inşa edilmiş olan çeşmenin kitabesi bulunmamakla birlikte 16.yy'a tarihlendirilebilmektedir. Sivri kemerli niş içerisinde yer alan çeşmede iki adet lüle bulunmaktadır. İki yandaki iki ayağa oturan kemerin profilli başlıkları bulunmaktadır (Özkan ve Yurttaş, 2012: 78).

1293 (1877) Trabzon Salnamesi'nde 1 dabakhane, 1 salhane (mezbağa), 5 meyhane, 1 ırak fabrikası, 7 değirmen, 25 kahvehane kaydı bulunmaktadır (San, 1993: 23). Bunların dışında San (1990: 82,83) Bülbül Han, Büyük Han, Yeni Han, İsrailoğlu Han, Mırdıkoğlu Han ve Sulu Han'ın varlığından söz etmektedir.

Sivil mimari açısından bakılacak olursa çalışma alanında günümüzde 31'i tarihi 16'sı yeni olmak üzere toplam 47 konut bulunmaktadır. 31 tarihi konut dışında günümüzde 12'si ahıra dönüştürülmüş, 61'i zemin kat veya temel seviyesine kadar yıkılmış özgün işlevi konut olan 73 yapı daha bulunmaktadır. Yıkılmış ve ahıra dönüştürülmüş yapıların mimari özellikleri sağlıklı olarak incelenememekle birlikte yerleşim dokusunun genel havası adına önemli ipuçları vermektedir (Dolu, 2010: 64).

#### *Zeki Kadirbeyoğlu Konağı*

Zeki Kadirbeyoğlu Konağı, Gümüşhane'nin Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde milletvekilliği yapmış olan Zeki Kadir Bey Zade'ye aittir. Kitabesi bulunan konağın H. 1278 / M. 1861 yılında yapılmış olduğu anlaşılmaktadır. Konak geniş bir avluya sahip olup, kare bir plan üzerine iki katlı olarak inşa edilmiştir. Konağın restorasyondan önceki orijinal halindeki doğu ve kuzey cephelerinde bulunan pencerelerin üzerlerinde Kuran'dan ayetler, dualar ve isimler elışı olarak işlenmiştir (Yurttaş, 2008: 356). 2009 yılında Trabzon KTVKK tarafından onaylanmış olan restorasyon projesiyle 2010 yılı itibarıyla Gümüşhane Belediyesi ortaklığında restorasyon çalışması başlatılmıştır.

#### *Fahri Gümüşeli Evi*

19.yy da inşa edilen yapı diğer Gümüşhane evlerine benzer şekilde eğimli bir arazi üzerine kurulmuştur. Üç katlı tipik Osmanlı evlerine benzer şekilde zemin, ara ve çatı katlardan oluşmaktadır. Zemin katta taş malzeme kullanılırken, üst kat duvarları bağdadi tarzda inşa edilmiştir (Özkan ve Yurttaş, 2012: 84).

Yeni Gümüşhane yerleşimi yüzölçümü olarak büyük bir alanı kaplamasına rağmen kullanım alanı olarak çok kısıtlı bir alana sıkışmış durumdadır. Harşit Çayı Vadisi boyunca kuzeybatı-güneydoğu boyunca uzanmaktadır. Dağlık bir arazi olması ve dağların vadiye yakın geçmesi sebebiyle çok dar bir alana kurulan şehir, yaklaşık 9 kilometre uzunluğunda kuzeybatı-güneydoğu yönünde küçük bir alana yayılmaktadır.

Gümüşhane ilinin tarihi kaynaklarına bakıldığında 2007 yılında yapılan yüzey araştırmaları raporu önemli bilgiler sunmaktadır. Bu araştırmada kültür varlıkları tespit edilmiş, bunlara ait çizim, fotoğraflama ve bilgilendirme notları gerçekleştirilmiştir (Yurttaş, 2008: 185). İyi korunmuş daykları, fosil ağaçları, iz fosilleri, antik maden yatakları, farklı büyüklükte 30'un üstünde mağara sistemi ve Artabel doğa parkıyla Gümüşhane ili bir jeosit alanı olarak önerilmiştir (Bilim ve Teknik, 2008: 80).

### **3. YÖNTEM**

Çalışmanın amacı Gümüşhane ili Süleymaniye Bölgesi'nin sürdürülebilir turizm bağlamında değerlendirilmesidir. Bu amaçla çalışma yöntem olarak betimsel bir çalışma niteliğindedir. Gerçeğin ne olduğunu bulmak ve var olan mevcut duruma anlam verilmesine dönük araştırmalar tanımlayıcı bir özelliğe sahipken, nedenleri açıklayarak temeldeki ilkeleri anlamlandırıp anlamayı amaçlayan araştırmalar ise açıklayıcı bir özellik taşımaktadır (Ural ve Kılıç, 2006: 19). Bu çalışma açıklayıcı bir özellik taşıyan kuramsal bir araştırmadır.

Belgesel veri kaynakları yayınlanmış ve yayınlanmamış belgesel kaynaklardan elde edilirler. Yayınlanmış belgesel veri kaynakları kitap, ansiklopedi, gazete, dergi, araştırma, istatistikler vb. veri kaynaklarıdır. Özellikle önceki zamanlara ilişkin olay ve olguların araştırılmasında ya da problemin geçmişle olan ilişkisi yönünden incelenmesinde yayınlanmış belgesel veri kaynakları kullanılmaktadır. Yayınlanmamış belgesel veri kaynakları ise belge, bulgu, arşiv evrakları diğer dokümanlardan oluşmaktadır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007: 28). Çalışmada toplanan verileri ikincil veriler oluşturmakla beraber hem yayınlanmış hem de yayınlanmamış belgesel veri kaynaklarından faydalanılmıştır. Toplanan bu veriler ile mevcut durum analiz edilmeye çalışılmıştır.

#### 4. BULGULAR

Gümüşhane Doğu Karadeniz Bölgesi'nde kültür, inanç ve doğa turizmi talebini karşılayacak doğal ve kültürel çekicilik unsurlarına sahiptir bir ildir. Süleymaniye Bölgesi ise diğer adı "*Eski Gümüşhane*" olan ilin eski yerleşim bölgesidir. Bu kısımda ilk olarak Gümüşhane ili genel turizm potansiyeli açıklanacak ve sonrasında Süleymaniye Bölgesinin mevcut turizm alt yapı ve üst yapı durumu sürdürülebilir turizm bağlamında değerlendirilecektir.

Tablo 1'de Gümüşhane iline ait belediye belgeli ve turizm işletme belgeli tesislerin konaklayan kişi sayıları ve geceleme sayıları yer almaktadır. 2011 yılından günümüze artış gözlemlense de 2015 yılında önemli oranlarda düşüşler yaşandığı söylenebilir. İlin turizm potansiyeline kıyasla turist varışlarının hem ulusal hem de bölgesel anlamda istenilen düzeyde değildir. Gümüşhane ili korunan alanlar, tabiat parkları, yaban hayatı geliştirme sahaları, tabiat anıtları, yaylalar bakımından doğa turizmi potansiyeline; tarihi ve doğal sit alanları, somut olmayan kültürel miras unsurları açısından kültür turizmi potansiyeline; reel turist varışları ile kullanımda olan veya ilan edilen kış sporları merkezleri ile kış turizmi potansiyeline sahip bir ildir. Turizme açık tek mağara konumundaki Karaca Mağarası yerli ve yabancı birçok günübirlikçi veya turist tarafından ziyaret edilmektedir. Gümüşhane İl Özel İdaresi (2016) verilerine göre Karaca Mağarası 2016 yılında 80 bin 376 ziyaretçi sayısı ile bir önceki yıla göre %15'lik bir artış sağlamıştır. Ayrıca ziyaretçilerin %15'inin Ortadoğu ülkelerinden gelen turistlerden oluştuğu belirtilebilir.

**Tablo 1: Gümüşhane İli, Konaklama Tesislerine Gelen Turist Sayısı, Geceleme Sayısı (Turizm İşletme Belgeli ve Belediye Belgeli Tesisler)**

	Konaklayan Kişi Sayısı		Geceleme Sayısı	
	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
2011	29276	355	49011	489
2012	33716	230	56122	623
2013	38673	318	61084	1542
2014	45504	663	71781	1159
2015	39314	490	63227	702

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2016).

Gümüşhane ilinin genel turizm alt yapı unsurlarının belirlenmesinden sonra araştırma alanı olarak seçilen Süleymaniye Mahallesi (Eski Gümüşhane) ile ilgili bulgulara değinilecektir. Bu kapsamda Süleymaniye Mahallesi'ndeki mevcut yapıların durumu, restorasyon süreçleri, Süleymaniye Mahallesi Koruma Amaçlı İmar Planı ve Kentsel Tasarım Projesi, il merkezi ile Süleymaniye Mahallesi arasında yeşil yol kapsamında planlanan yol çalışmaları hakkındaki bulgulara yer verilecektir.

Süleymaniye Mahallesi şehir merkezinin Yeni Gümüşhane'ye taşınmasıyla birlikte ani bir göç yaşamıştır. Buna bağlı olarak bölgede bulunan birçok yapı şuan işlevi dışında kullanılmaktadır. Gerek dini yapılar gerek idari yapılar gerekse sosyal hayatın devamını sağlayan çoğu yapı yerel halk tarafından işlevi dışında kullanılmaktadır. Ana faaliyet alanını sürdüren tek dini yapı şehrin merkezinde bulunan Süleymaniye Camiidir. Bunun dışındaki çoğu yapı ahır ve depo gibi günlük yaşam alanına yardımcı olmaya yönelik olarak kullanılmaktadır.

**Tablo 2: Süleymaniye Mahallesi'n de Mevcut yapılar ve özgün işlevleri**

Mevcut İşlev				Özgün İşlev	
Yapı İşlevi	Tarihi	Yeni	Toplam	Toplam	
Harabe	53	0	53		
Cami ve Minare	5	0	5	6	
Türbe	1	0	1	1	
Hamam	2	0	2	5	
Köprü	5	1	6	5	
Çeşme	18	4	22	18	
Konut	31	16	47	73	
Kulübe	0	5	5		
Müştemilat	5	4	9	8	
Ahır	22	6	28	10	
Samanlık	0	6	6	İdari	2
Tarım Deposu	1	3	4	Okul	3
Depo	1	0	1	Kilise	6
Garaj	1	2	3	Ticari	3

Kaynak: Dolu, 2010: 38

Süleymaniye mahallesiindeki mevcut yapıların geçmişteki özgün işlevleri ve günümüzde hangi amaçlarla kullanıldığı tablo 2'de belirtilmektedir. Geçmişte farklı amaçlarla kullanılan birçok yapının amacı dışında kullanıldığı söylenebilir. Örneğin özgün işlevi ahır olmayan yapıların günümüzde ahır olarak kullanıldığı, yeni inşa edilen konutların Süleymaniye Mahallesi'nin geleneksel dokusu ile uyuşmadığı, tarihsel süreç içerisinde yıkılan konut, ibadethane, hamam vb. yapıların günümüzde harabe haline geldiği gözlemlenmektedir.

Süleymaniye Mahallesi'ndeki yapıların tescil durumu, tescil edilen yapılara yönelik yenileme ve onarım çalışmaları, bu mekanların turizm faaliyetleri kapsamında koruma/kullanma dengesi gözetilerek kullanılacak olması bölgenin ekonomik ve sosyal gelişimi açısından önem arz etmektedir. Tablo 3'de Erzurum ve Trabzon Kültür ve Tabiat Varlıkları Koruma Kurulları tarafından tescil edilen ve tescili önerilen yapılar yer almaktadır;

**Tablo 3: Süleymaniye Mahallesi’ndeki Yapıların Tescil Durumu (1988/2002)**

Tescilli yapılar:	Tescili önerilen yapı örnekleri:	Tescili önerilen ek yapı örnekleri:
(a) Hagios Georgios Metropolitik Kilisesi,	(a) Ruhiye Özdamar ve Sabahattin Başer Evi,	(a) Ruhiye Özdamar Küçük Evi,
(b) Süleymaniye Camii ve Eski İlkokul,	(b) Zekeriya Can Evi,	(b) üst kat yıkılmış ve ahıra dönüştürülmüş yapı,
(c) Rum Erkek Okulu,	(c) Fadime Daloğlu Evi,	(c) Fahri Gümüşeli Evi Fırını,
(d) Rum Kız Okulu,	(d) İsmail Efendi Evi,	(d) üst kat yıkılmış ve ahıra dönüştürülmüş yapılar,
(e) Çarşı Camii Minaresi,	(e) Arif Çiçek Evi,	(e) Kadirbeyzade Zeki Bey Konağı bahçesinde konut harabesi,
(f) Hıdırellez Mahallesi Çeşmesi,	(f) Saray Camii Kalıntıları,	(f) Çeşme
(g) Kadirbeyzade Zeki Bey Konağı,	(g) Zilli Yorgi’nin Evi,	
(h) Fahri Gümüşeli Evi,	(h) Çeşme,	

Kaynak: Dolu, 2010: 34.

Eski Gümüşhane yerleşimi Trabzon KTVKK'nun 01.11.2002 gün ve 4587 sayılı kararıyla Kentsel ve 3. Derece Doğal Sit Alanı ilan edilmiştir. Bu tarihten sonra restorasyon çalışmaları hızlanmıştır. Süleymaniye Camii, Küçük Cami, Minare I (Çarşı Camii), Minare II (Cami-i Sagir) ve Minare III (Dere Camii) restorasyonlarından sonra Kadirbeyoğlu Zeki Bey Konağı'nın 2013 yılında restorasyonu tamamlanmıştır. Paşa Hamamı ise 2016 yılında TKTVKK ve Gümüşhane Belediyesi tarafından projelendirilerek restorasyon süreci başlatılmıştır.

Süleymaniye Bölgesi’nde Gümüşhane Belediyesi, Vakıflar Trabzon Genel Müdürlüğü ve Gümüşhane İl Özel İdaresi tarafından restorasyon ve rekonstrüksiyon çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Hali hazırda sayılan kurumların bölgede planladıkları restorasyon projeleri de mevcuttur.

**Tablo 4: Süleymaniye Mahallesi’ndeki Tarihi Yapılar İle İlgili Bilgiler**

PROJE ADI	PROJE YILI	PROJE TUTARI
Süleymaniye Mahallesi Ulu Camii Restorasyonu	2003	334.493,01 TL
Süleymaniye Mahallesi Küçük Camii Restorasyonu	2005	31.000,00 TL
Süleymaniye Mahallesi Camisiz Minare (3 adet) Restorasyonu	2006	127.000,00 TL
Süleymaniye Mahallesi Küçük Camii Restorasyonu	2008	237.000,00 TL
Süleymaniye Mahallesi Çaput Hamamı Eski Eser Proje Temini İşi	2013	34.700,00 TL
Süleymaniye Mahallesi Ulu Camii Restorasyonu	2014	35.000,00 TL
Zeki Kadirbeyoğlu Konağı Restorasyonu	2008-2013	700.000,00 TL
Zeki Kadirbeyoğlu Konağı Paşa Hamamı Restorasyonu	2016	450.000,00 TL

Kaynak: Trabzon Vakıflar Bölge Müdürlüğü,2016.

Süleymaniye Mahallesi ile Gümüşhane il merkezi arasındaki 2,5 km’lik kara yolu yeşil yol kapsamında yaklaşık 4.5 milyon TL bedelle, 26.02.2017 tarihinde bitirilmek üzere ihale



edilmiştir (Gümüşhane İl Özel İdaresi;2016). Yol çalışmalarının tamamlanması bölgede planlanacak diğer turizm alt yapı ve üst yapı çalışmalarının hızlandırılmasına katkı sağlayacaktır. Süleymaniye Mahallesi'nde planlanacak onarım, restorasyon ve turizm tesis yatırımlarının gerçekleştirilebilmesi için hazırlanan “*Süleymaniye Mahallesi Koruma Amaçlı Kentsel Tasarım Projesi*” kabul ve onay süreçlerinin sonuçlandırılması gerekmektedir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilir turizmin en önemli göstergelerinden biri planlama ve projelendirme faaliyetlerinde bütüncül bir yaklaşımın söz konusu olmasıdır. Süleymaniye bölgesinde gerçekleştirilen, yapımı devam eden ve planlanan restorasyon ve rekonstrüksiyon çalışmalarının hızlı, nitelikli ve amacına uygun tamamlanması için bölgedeki tüm kurumların çalışmalarının bütünleştiği bir organizasyona ihtiyaç olduğu aşikardır.

Restorasyon projelerinin kontrollü olarak yürütülmesi ve dolayısıyla kamu kaynaklarının heba edilmemesi adına projeyi üstlenen yürütücülerin işi zamanında bitirme, uygun malzeme kullanımı, iş süreçlerinde şeffaf bilgi paylaşımı konularına gereken önemi göstermelerinde fayda vardır. Diğer taraftan, projeden sorumlu kamu kurumunun ilgili firmayı iş süreçlerinde denetleyebilecek kurumsal kapasiteye sahip olması da projelerinin amacına ulaşmasına katkı sağlayacaktır. Örneğin, Gümüşhane Süleymaniye Bölgesi'nde restorasyonu tamamlanan Minare I (Çarşı Camii) , Minare II (Camii-i Sagir) ve Minare III (Dere Camii) gibi kültürel yapıların restorasyonu ile ilgili ciddi eleştiriler söz konusudur.

Süleymaniye Mahallesi'nde yer alan kültürel yapıların sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesinin bölge turizmine katkı sağlayacağı açıktır. Fakat, restorasyon faaliyetleri, alt yapı yatırımları (yol, kanalizasyon vb.), konaklama ve yiyecek-içecek tesisi yatırımları, tanıtım faaliyetlerinin entegre bir şekilde planlanması, bölge turizminin gelişmesinde etkili olacaktır. Diğer taraftan, İl özel idaresi tarafından projelendirilen ve büyük oranda tamamlanan Gümüşhane-Süleymaniye Mahallesi arasındaki yol çalışmalarının bölgeye yönelik turizm hareketlerini artıracığı belirtilmelidir.

Bölge açısından değerlendirmeye alınacak diğer bir konu ise “Süleymaniye Mahallesi Koruma Amaçlı İmar Planı ve Kentsel Tasarım Projesi” çalışmalarıdır. Bu projenin kısa zamanda tamamlanması için ildeki tüm paydaşların iş birliği içinde yapılan çalışmaları sahiplenmesi, ilde turizm ile ilgili olumlu algı oluşturulmasına katkı sağlanması ve son olarak iyi niyetle yapılan çalışmaların desteklenmesi önerilmektedir.

## 6. KAYNAKLAR

- Bilim ve Teknik (2008). *Bilim ve teknik dergisi*. Aralık 2008 Sayısı. Prof.Dr. Nurdan İNAN'ın makalesi.
- Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) . (2003). *Tourism and local agenda 21*, The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism. United Nations Publications. Paris.
- Çalık, İ. (2014). *Doğu Karadeniz Bölgesi sürdürülebilir turizm araştırması*. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları.
- Dolu, Y. B. (2010). *Eski Gümüşhane (Süleymaniye Mahallesi) sit alanı için kentsel ve yapısal koruma önerileri* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Dymond, J.S. (1997). Indicators of sustainable tourism in New Zealand: A Local Government Perspective. *Journal of Sustainable Tourism*. 5.4, 279-293.

- Gülbahar, O. (2009). Turizmin bölgelerarası gelişmişlik farklarını gidermedeki rolü: Türkiye Örneği. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. Sayı: 23 (1).
- Gümüşhane Valiliği (1994). *Gümüşhane İli Turizm Envanteri ve Turizmi Geliştirme Planı*. Gümüşhane: Gümüşhane Valiliği Yayınları.
- Gümüşhane Valiliği. (1997). *Sayılarla Gümüşhane*. Yayın No: 2, 486 sayfa, Gümüşhane.
- Gümüşhane İl Özel İdaresi (2017). Karaca Mağarası Turizm İstatistikleri (2015/2016). Gümüşhane: Kişisel Görüşme.
- Gümüşhane İl Özel İdaresi (2017). Yeşil Yol Kapsamında Gümüşhane/ Süleymaniye Mahallesi Arasında Yapılan Yol Bilgileri. Gümüşhane: Kişisel Görüşme.
- Gümüşhane Belediyesi İmar Müdürlüğü (2017). Zeki Kadirbeyoğlu Konağı ve Paşa Hamamı Proje Bilgileri. Gümüşhane: Kişisel Görüşme.
- İnternet: <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9857/isletme-belgeli-tesisler.html> . Erişim Tarihi: 12.02.2017.
- Kandilaptis, K. (1931). The Dictionary of Geographical and Historical Cities with Haldiya Village Cities (Additional descriptions, comments, and glossary), Village, Town and City (Comparison, Footnote, Interpretation and Sorting: Diamandis Lazaridis). Thessaloniki: Kyriakides Brothers.
- Özkan H. ve Yurttaş, H. (2004). 2002 yılı Gümüşhane ve Bayburt illeri yüzey araştırması, *21. Araştırma Sonuçları Toplantısı*, C. II, Ankara, 167–178.
- San, S. Ö. (1990). Gümüşhane kültür araştırmaları ve yöre ağızları, *Kültür Bakanlığı*, Ankara.
- San, S. Ö. (1993). Trabzon salnamelerinde Gümüşhane Sancağı, *Gümüşhane Valiliği ve Gümüşhaneliler ve Gümüşhane'yi Sevenler Hizmet Vakfı Yayınları* No:3, Gümüşhane.
- Stoddard, J.E., Pollard, C.E., & Evans, M.Rn., (2012). The triple bottom line: a frame work for sustainable tourism development. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13, 233–258.
- Tozlu, S. (1998). XIX. yy'da Gümüşhane, Erzurum 1998.
- Trabzon Vakıflar Bölge Müdürlüğü (2017). Süleymaniye Mahallesi'nde Gerçekleştirilen Projeler. Trabzon: Kişisel Görüşme.
- Uslu, G. A. (1980). *Gümüşhane ve çevresi tarihi-sanat eserleri*, İstanbul, 1980.
- Ural A., ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- WTO (1996). Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry. Erişim Tarihi: 14.01.2016, <http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/a21-def.pdf>
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri* (2.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yurttaş, H. (2008). Gümüşhane / Kürtün'deki kültür varlıkları. *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, 38, Erzurum.
- Yüksel, M. (1997). *Gümüşhane kitabeleri*, İstanbul: Nadir Kitap.
- Özkan ve Yurttaş (2012). *Ortaçağ'dan Günümüze Gümüşhane*. Gümüşhane: Gümüşhane Valiliği Yayınları.

## KIRSAL ALANLARDA SÜRDÜRÜLEBİLİR KIRSAL TURİZM VE KOCAELİ-KANDIRA KIRSAL TURİZM GELİŞİMİ MODELİ

### SUSTAINABLE RURAL TOURISM IN RURAL AREAS AND KANDIRA RURAL TOURISM DEVELOPMENT MODEL

İbrahim ÇETİN \*, Tülay POLAT ÜZÜMCÜ \*\*, Orhan İÇÖZ \*\*\*

**ÖZET:** Turizm endüstrisinin gelişmesi, sosyo-ekonomik olarak gelişmemiş ya da gelişme konusunda sorunlar yaşayan bölgeler için önemli bir fırsat sunmaktadır. Turizm talebi, dünya genelinde kıyılardan kırsal alanlara doğru çeşitlenmektedir ve bu değişim önceleri ihmal edilmeye başlanan kırsal alanların önemi tekrar ortaya çıkarmıştır. Kırsal alanda bulunan ve turizm için gerekli olan doğal, kültürel, folklorik ve sosyal değerlerin birer çekicilik olarak değerlendirilebilmesi bu kaynakların sürdürülebilirlik stratejisi içerisinde iyi planlanmasını gerektirmektedir. Bu çalışmanın amacı da, kırsal alanların sosyo-ekonomik gelişimleri için turizmin bir seçenek olarak nasıl değerlendirilebileceği ve geliştirilebileceği konusunda bir değerlendirme yaparak görüş ortaya koymaktır. Bu bağlamda, çalışmada bir sanayi kenti olan Kocaeli'nin doğal ve bozulmamış kırsal alanları olan ve önemli bir kırsal turizm potansiyeline sahip bulunan Kandira ilçesi için *Sürdürülebilir bir Kırsal Turizm modeli* geliştirilmesi önerilmiş ve turizm gelişmesinin bu sayede tüm paydaşların beklentilerine cevap verebilmesi hedeflenmiştir.

**Anahtar sözcükler:** Endüstrileşme, Kırsal turizm, Sürdürülebilirlik, Kandira, Turizm Planlaması

**ABSTRACT:** The development of the tourism industry offers an opportunity for underdeveloped places or the places dwelling some of the development problems in socio-economical terms. The demand in tourism is spreading into the rural areas removing from the coastal areas all over the world. The appreciation of natural, cultural, folkloric and social values existing in the rural areas and necessary inputs for tourism requires a well-designed planning process of these resources in a sustainability strategy. The objective of this study is to show how to evaluate and develop tourism as an alternative tool for economic and social development needs of rural areas. In this context, this study suggests a *Sustainable Rural Tourism Development Model* for Kandira, as a county of the industrial city of Kocaeli, which has natural and unspoilt rural areas and important rural tourism potential and, the study also aims that tourism development could be able to meet the expectations of all stakeholders in the region in this way.

**Keywords:** Industrialization, Rural tourism, Sustainability, Kandira, Tourism Planning

## 1. GİRİŞ

Tarım ve hayvancılık, tarihsel süreç içinde ülkelerin gelişimi ve kalkınmasında önceleri önemli bir yer tutarken, sanayi devrimi sonrası bu faaliyetlerin ekonomik yaşamda nispi öneminin azaldığı görülmüştür. Bunun sonucunda bazı ülkeler ve/veya ülkelerin belirli bölgeleri endüstriyel kalkınma sayesinde ekonomik ve sosyal açıdan önemli gelişmeler kaydederken, kaynakları genelde tarıma bağlı ve tarımsal faaliyet içinde bulunan kırsal alanların, bu yeteri kadar gelişme gösteremediği ortaya çıkmıştır. Bunun kuşkusuz en önemli nedeni, endüstrileşmenin katma değeri yüksek mallar üretmesi ile ekonomiye katkısının tarımdan çok daha fazla olmasıdır. Zaman içinde endüstrileşme ile kırsal alanlardan kentlere kayan ekonomik

\* Yrd.Doç.Dr., Yüzcüncü Yıl Üniversitesi, Turizm ve Otel İşl. Yüksekokulu, Van-Türkiye, e-posta: [ibrahimcetin01@yahoo.com](mailto:ibrahimcetin01@yahoo.com)

\*\* Yrd.Doç.Dr., Kocaeli, Üniversitesi, Kartepe Turizm Meslek Yüksekokulu, Kocaeli-Türkiye, e-posta: [tulayuzumcu@hotmail.com](mailto:tulayuzumcu@hotmail.com)

\*\*\* Prof.Dr., Yaşar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir-Türkiye, e-posta: [orhan.icoz@yasar.edu.tr](mailto:orhan.icoz@yasar.edu.tr)

ve sosyal gelişme, kırsal alanlarda yaşayanların yaşam koşullarını kötüleştirilmiş, bölgenin yaşam standartlarının düşmesiyle, bu bölgelerde sosyal ve kültürel yapılarda değişikliklere yol açarak ekonomik kayıplarını artırmıştır.

Endüstriyel gelişimin sonucunda, artan ekonomik ve sosyal refah ile boş zamanların ortaya çıkması, teknolojinin gelişmesinin verdiği destekle 1950'li yıllara kadar, az sayıda olan seyahatlerin, bu yıllardan sonra kitlesel bir değişiklik ile çok sayıda insanın kıyılara doğru yönelmesine neden olduğu görülmüştür (Bahçe, 2009, s.2). Kitlesel turizm, gelişmiş ülkelere daha az gelişmiş ülkelere ve kıyılara doğru, bir paket tur şeklinde turistik ürünlerin sunulması ile yayılmakla birlikte, bir tekdüzelik içerisine de girmiştir. Turizm, ilk aşamalarında kıyılarda gelişmeye başlamasının yanı sıra, temelde kültürel, tarihsel ve doğal çekiciliklere (*denizler, göller, ormanlar, sulak alanlar, bitki örtüsü vb.*) önemli ölçüde bağlı bir faaliyettir. Ancak kitle turizminin gelişmesi, turizmin meydana geldiği alan ve kaynaklar üzerinde önemli tahribatları da beraberinde getirince, talebin “*alternatif*” arayışlara yönelmesi kaçınılmaz olmuştur. Briedenhann ve Wickens (2004) 1980'li yıllardan sonra, Hudman (1992) ise 1990'lı yıllardan sonra turistik talepte değişimlerin başladığını belirtmişlerdir. Turizm talebi, standart kitle turizminden daha anlamlı deneyimler sunan, ayrıca esnek ve kişiye özel özellikleri olan ekoturizm (Briedenhann ve Wickens, 2004, s.72; Orams, 1995: 4) ve diğer benzeri alternatif turizm türlerine yönelmiştir. Turizm talebindeki gelişmeler kitle turizminde olduğu gibi kıyılara değil, bundan farklı olarak ülkelerin iç ve kırsal yerlerine doğru yönelişi ortaya çıkarmıştır. Kuşkusuz bu gelişme turistler için yeni ve farklı bir anlam ve çekicilik ifade eden turistik değerlere sahip iç ve kırsal alanlarda turizmin uygulanabilir olacağı gerçeğini ortaya çıkarmıştır. Kırsal yaşama dair varlıkların etkin bir şekilde değerlendirildiği, yöresel ürün ve tarımsal faaliyetlerin katma değer kazandığı, sektörel ve kültürel unsurların yerel zihniyet ve doğa ile bütüncül yaklaşımlarla modellendirildiği kırsal turizm de, bu anlamda öne çıkan faaliyetlerin başında gelmektedir (Üzümcü vd., 2015, s.92).

Bir yörenin sosyo-ekonomik bakımdan gelişebilmesi, o bölgede yatırım yapılması için gerekli olan üretim faktörleri olan; hammadde (*doğal kaynaklar*), sermaye, insan kaynakları, teknoloji, girişim ve altyapı gibi unsurların olmasını gerektirir. Dünya genelinde üretim faktörleri ve doğal kaynakların dağılımı her yerde aynı özellikte olmayıp, bazı bölgeler doğal kaynak dağılımı bakımından zengin, bazıları ise değildir. Kaynakların dengesiz dağılımı az gelişmiş ülkeler ve hatta bir ülke içinde gelişmemiş bölgelerin ortaya çıkmasının da bir nedeni olarak görülmektedir. Kentleşmiş bölgelerin dışında, *kırsal* olarak tanımlanan bu bölgelerin, tarıma dayalı faaliyetlere bağlı gelişmenin dışında başka seçenekleri bulunmamakta, geçim kaynağı için geleneksel üretim tarzları ve tarımsal faaliyetler ile yetinmek durumunda kalmaktadırlar (Çetin, 2015, s.2). Ancak son yıllarda talepteki değişimle birlikte kırsal alanlarda üretim faktörleri eksikliği nedeniyle geliştirilemeyen endüstrilere ek ve ekonomik çeşitliliğe bir seçenek olarak, yörenin ekonomik ve sosyal gelişimi için turizmin kullanılabileceğinin koşullarının oluştuğu görülmektedir. Çünkü turizmin hammaddesi, endüstri hammaddesinden farklı olarak *doğal, sosyal ve tarihsel/kültürel* çevredeki çekiciliklere bağlı olarak gelişmekte ve turizm için gerekli olan kaynakların, ekonomideki diğer endüstrilere oranla dünya genelinde daha dengeli dağıldığı görülmektedir. Aynı şekilde, kırsaldaki her bir yerleşimin farklı bir kültürü ve yaşam biçimi gibi değerler de turizm açısından birer çekim gücü arz etmektedir. Çekicilikler bir yörenin turizm gelişiminde en önemli unsurlarındandır ve bir yörede turizm gelişimi olması için, çoğu kez öncelikle doğal ve kültürel çekiciliklerin olması gerekmektedir.

Sonuçta, bölgesel gelişmenin büyük ölçüde yerel kaynaklarla ve yerel aktörlerle sağlanabileceği konusunda çalışmalar yapılmakta ve turizm sektörü, birçok kırsal bölge ve yörenin çok yönlü gelişimi için öncelikli başvurulmuş araç olma özelliği taşımaktadır. Turizmin çoğu kez ana kaynağının doğal ve kültürel değerler olması, turizm kaynaklarının, ülkelerde coğrafi olarak alternatif kaynaklara göre daha adil ve dengeli bir dağılım özelliği göstermesi (Met, 2012, s.164) talebin eğilimi de dikkate alındığında kırsal turizm arzının planlanarak kırsal alanlarda turizm gelişmesinin oldukça rasyonel olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Turizm için gerekli olan bu kaynakları etkin kullanmak için doğru strateji benimseyen kırsal alanların benzerlerine göre daha fazla gelişme şansına sahip olacağı da bir gerçektir.

## 2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Literatürde genellikle kırsal turizmin sağladığı ekonomik ve sosyal katkılara vurgu yapılmaktadır. Turizmin, gelir dağılımını kırsal ve gerice alanlara taşıdığı ve çeşitli sosyo-ekonomik gelişmeyi uyarıcı etkiler yaptığı belirtilmektedir. Kırsal alanların turizm ile ilişkisi, önceleri sadece tarımsal faaliyetler sonucunda sektöre girdi sağlama şeklinde iken (Torres, 2003, s.547), daha sonra genişleyerek kırsaldaki işletmelerde konaklamaya ve çiftlik olanaklarını kullanma şeklinde gerçekleşen agri-turizm (*tarım turizmi*) uygulamalarına kaydığı gözlenmektedir (İçöz vd. 2010). 1980’li yıllarda Amerika’da tarım alanında yaşanan darboğazlar kırsal alanda yaşayanların iş olanaklarında ve ekonomilerinde önemli sorunlara neden olmuş ve çiftçi sayısı azalmış, kırsaldaki birçok işletme kapanmış ve kalanlarda tarım dışı faaliyetlerle gelir elde etme arayışları başlamıştır (Wilson vd., 2001, s.133). Kırsal turizm geri kalmış bölgelere diğer bölgelerden gelir akışı sağlayarak kırsal alanların yaşam şeklinin gelişmesine de bir seçenek sunmaktadır (Yang vd., 2010, s.382). Kırsal turizm tarımsal aile işletmelerinin gelirlerine olumlu etki yapmakta, yerel istihdam seçenekleri sunmakta, restoran ve küçük dükkânların satışları sayesinde yerel işletmeleri teşvik etmektedir (Tew ve Barbieri, 2012, s.216). Avrupa Birliği kırsal turizmi, “*kırsal alanlarda yapılan bütün aktiviteler*” olarak tanımlamaktadır (Roberts ve Hall, 2003, s.15). Kırsal turizm, günümüzde tek tipleşmeye başlayan yaşam kültürü tehdidine karşı kırsal alanda yaşayan halkın taşıdığı kültürel çekicilikle kaynaşmayı getiren sosyal, doğal çevre ve tarımla bütünleşmesi bakımından diğer turizm türleriyle daha kolay uyumlaştırılmaktadır.

### 2.1.Endüstrileşme Baskısı ve Turizmin Gelişimi

Toplumların kentleşme süreci birçok ülkede farklı zamanlarda ve değişik biçimlerde gerçekleşmiştir. Örneğin, İngiltere 1900’lü yılların başında önemli ölçüde bunu başarırken, dünyanın diğer yerlerinde ve Türkiye’de bu durum daha geç ve farklı şekilde gerçekleşmiştir. Burada sorgulanması gereken önemli noktalardan biri, üretime katkı sağlayan bireyin, yaşam koşullarının iyileşmesi hayali ile kırsaldan gittiği ya da çeşitli nedenlerle gitmeye zorlandığı kentlerdeki üretime verdiği katkının yanı sıra, bu bireylerin ya da toplulukların kentlerdeki yaşam kalitelerinin düzeyidir. Türkiye, 1950’lerde kırsal nüfus oranı toplam içinde % 75 iken, 2000’lerde bu oran % 35’lere düşmüş ve 2016 yılında ise il ve ilçe merkezlerinde yaşayanların oranının toplam nüfusa oranı % 92’yi aşmıştır (TUİK, 2017). Kırsal alanlarda yaşanan bir diğer sorun ise kente göç konusudur. Kırsal alanlarda tarımsal gelirin azlığı, tarım topraklarının çok parçalanmış olması ve tarımsal üretimde makine kullanımı oranının artması ile iş gücüne olan ihtiyacın azalmasına karşılık, kentlerde daha iyi eğitim, sağlık, sosyal aktiviteler gibi imkânların olması, kırsalda tarım dışı istihdam alanlarının yaratılmasına yönelik kamu politikalarının

uygulanamaması veya yetersiz kalması gibi nedenlerle 1950’li yıllarda başlayan *kente göç* olgusunun devam etmesidir. Buna karşın, kente göç sonucunda ortaya çıkan, sosyal, kültürel, ekonomik değişim ve dönüşümün kontrol altına alınması ihtiyacı, beraberinde kırsal alanlara yeni boyutlar kazandırılması gerekliliğini doğurmuştur. Bu bakımdan, kırsal kesimde tarım dışı faaliyetlerin geliştirilmesinin yaşamsal önem taşıdığı bir gerçektir (Emekli vd, 2007, s.328).

Kırsal alanlarda yaşayanların yerlerini terk etmelerinin nedeni olarak aşağıdaki bazı sorunlar sayılabilir;

- işsizlik,
  - sosyal güvencesiz,
  - yetersiz eğitim,
  - yetersiz ve eksik sağlık olanakları,
  - geleneksel tarım ya da kırsal iş tipi meşguliyetin emeklilik hakkı sunmaması,
  - sosyal ve kültürel gelişime uzaklık,
  - gelecek endişesi oluşturmaması,
- olarak sayılabilir.

**Tablo1.** Sayım yıllarına göre Türkiye nüfusu: Kentli ve kırsal nüfus

Yıllar	Toplam	Kentsel Nüfus		Kırsal Nüfus	
		Sayım Yılları Nüfusu	Toplam Nüfusa Oranı	Sayım Yılları Nüfusu	Toplam Nüfusa Oranı
1927	13.648.000	3,305,000	24,2	10,342,000	75,8
1935	16.158.000	3,802,000	23,5	12,355,000	76,5
1940	17.820.000	4,346,000	24,5	13,474,000	75,6
1950	20.947.000	5,244,000	25,0	15,702,000	75,0
1960	27,757,000	8,859,000	31,9	18,895,000	68,1
1970	35,605,000	13,691,000	34,4	21,914,000	61,5
1980	44,736,000	19,645,000	41,8	25,091,000	56,1
1990	56,473,000	33,256,000	59,0	23,146,000	41,0
2000	67,803,000	44,006,000	64,9	23,797,000	35,1
2007	70,586,000	49,747,000	70,5	20,838,000	29,5
2010	73,722,000	56,222,000	76,2	17,500,000	23,7
2012	75,627,000	58,448,000	77,2	17,178,000	22,7
2015	78,741,053 (Tuik,2015)				

**Kaynak:** Zeynel Dinler. (2014). *Tarım Ekonomisi*, Bursa, Ekin Yayın Dağıtım; TÜİK, 2015.

Kentleşmenin birçok zorluk ve sorunları da beraberinde getirdiği görülmektedir. Türkiye için kırsal alanlarda ve özellikle köylerde yaşayan nüfus son 10 yılda önemli derecede azalma göstermiştir. TÜİK verilerine göre 2015 yılında il ve ilçe merkezlerinde ikamet edenlerin oranı % 92,1 ve belde ve köylerde yaşayanların oranı ise % 7,9 olarak gerçekleşmiştir. Bazı şehirler ise daha kalabalık ve büyük olması nedeniyle fırsat ve tehditleri, sorunları daha çok taşımaktadır.

**Tablo 2:** Türkiye'nin en kalabalık şehirleri

Şehir Adı	Nüfus Miktarı	Türkiye Oranı
İstanbul	14 657 434	% 18,6
Ankara	5 270 575	% 6,7
İzmir	4 168 415	% 5,3
Bursa	2 842 547	% 3,6
Antalya	2 288 456	% 2,9

**Kaynak:**TUİK, 2016.

Tablo 2’de görüldüğü üzere günümüzde Türkiye nüfusunun yaklaşık % 35’i beş büyük kent olmak üzere yaklaşık % 90’ı şehirlerde yaşamaktadır. Ekonomik ve sosyal kaynakların sorunlu ve eksik dağılımı ve fabrikalarda düşük ücrette çalışma ve hatta işsizlik gibi sorunlar şehirlerde gelecekte ortaya çıkabilecek daha büyük potansiyel sorunlar olarak görülmektedir. Bunun yanında kentleşme oranı arttıkça, kırsala ve doğaya özlem duyma eğiliminin de artış göstereceği tahmin edilebilir. Burada en önemli konu, kentlerde ekonomik ve sosyal yönden mutlu insanların oluşması ve meydana gelecek kırsal turizm talebi ile dengelenebilmesidir.

Sanayi ve teknolojiye geri kalan ülkeler veya gelişmiş ülkelerin ekonomisi tarım veya hayvancılığa dayanan bölgelerinde insanlar hem uluslararası ticarete katılmak, hem de sosyal, kültürel ve ekonomik yapılarını korumak için bir yol aramışlar ve çözüm yolu olarak, harcanabilir geliri ve boş zamanı olan, değişen istek ve ihtiyaçlara göre değişiklikler arayan, gelişmiş ülke vatandaşlarının istek ve gereksinimlerini karşılamak olanağı sunan *turizm sektörü* geliştirilmiştir. Turizm hareketleri, tarihsel olarak önce gelişmiş ülkelerde başlamış, kitlesel üretim ve sonrasındaki çağın çalışanları, dinlenme gereksinimlerini karşılamak üzere kıyı kesimlerine yönlendirilmişlerdir. Bu nedenle, kıyı kesimleri popüler hale gelmiş ve bu talep, tur operatörlerinin *her şey dahil paketler* veya *erken rezervasyon* politikalarıyla, ucuz ve cazip koşullarla, tüm sosyal tabakalar için elverişli hale gelmiştir. 1990’lı yıllara gelindiğinde, gelişmiş ülkelerdeki üst sosyal tabakaların istek ve talepleri değişmeye başlamış ve son 20 yılda ise, turizm talebi artık standart kitle turizminden, turistlere daha esnek ve anlamlı deneyim sağlayan kişiye uyumlu özellikler taşıyan ya da sunan turizm türlerine kaymıştır (Briedenhann ve Wickens, 2004, s.72).

## 2.2.Kırsal Alan ve Kırsal Turizm

Kırsal alanlarda yaşayan nüfusun kentsel nüfustan fazla olması çoğu ülke için genelde kalkınmayı zorlaştıran bir etkidir (Ün vd, 2012). “*Kırsal alan*”, metropol olarak adlandırılan yerlerin dışında bulunan illeri kapsayan, ilçe, köy ve mezralarda her türlü sosyal güvence, eğitim, sağlık, iş olanakları, sigorta, emeklilik ve kültürel etkinliklerden yeterince yararlanamayan bireylerin sayısal çoğunluğu oluşturduğu mekânsal alanları ifade etmektedir. Kırsal alan, kent olarak tanımlanan yerleşim yerinin dışında kalan tarımsal etkinliklerin yapıldığı köy, mezra vb. adlarla anılan insan yerleşimlerinin var olduğu alanlar olarak da tanımlanmaktadır (Deveci vd, 2013, s.30). Bu alanlar; doğal ve kültürel yapısıyla, özellikle kentlerde yaşayan insanların uzun yıllardır giderek artan rekreasyon gereksinimlerini karşılamaya çalışmaktadır. Bu ortamların doğallığı ve el değmemişliği kırsal alanlara olan yoğun

ilgiyi artırmakta, alternatif turizmin bir türü olarak kırsal turizmin gelişimine de önemli katkılar sağlamaktadır (Doğan, 2012, s.17).

Turizmde dünya genelinde bir eğilim olarak, artan çevresel sorunlar ve kitle turizminin doğal çevre üzerine yaptığı tahribata tepki sonucu, insanların *otantiklik arayışının da* katkısıyla günümüzde popülaritesi her geçen gün artan *doğaya dayalı* turizm türleri ortaya çıkmıştır. Çeşitli isimlerle anılan ve aynı zamanda bir alternatif turizm olarak da kabul edilen bu turizm türlerinin ortak özellikleri aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır (Bahçe, 2009, s.2):

- Yeniye ve özele olan ilgiye bağlı araştırma isteği
- Küçük gruplarla, başka insanların bir arada olma, sosyal deneyim isteği
- Dağ yürüyüşlerinde, spor etkinliklerinde biotik bir deneyim sağlama eğilimi
- Açık havada yaşama sevgisi

Kırsal turizm, alternatif turizm ile her ne kadar benzerlik gösterse de kendine özgü biçimde Soykan (2003, s.2) tarafından aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır:

- Her mevsim yapılabilen bir turizm türüdür
- Turizmin coğrafi dağılışında önemli bir denge unsurudur
- Bir çok turizm türü ile bütünleşebilir
- Rekreatyonel etkinlikler çok çeşitli ve özgündür
- Katılan turist profili genelde diğer turizm türlerinde farklıdır
- Doğal çevrenin ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunur
- Sürdürülebilir turizm anlayışına hizmet eder
- Bir ülkenin ya da bölgenin tanıtımında önemli bir araçtır

Kırsal kalkınma için kırsal turizme ihtiyaç duyulmasının nedenleri ise şöyle sıralanmaktadır (Ross ve Wall, 1999; Soykan, 2006; Akça vd., 2002; Köroğlu ve Köroğlu, 2006; Emekli vd. 2007: s.8):

- Kırsal alanlarda geleneksel işlerin korunması son derece önemlidir. Çünkü bunların bazıları yöreye özgü olup, yok olma aşamasına gelmişlerdir.
- Kırsal turizm sırasında birçok yeni iş olanağı yaratılabilir.
- Kırsal turizm bilgilendirme, ulaştırma vb. hizmetlerin gelişmesine de katkı sağlar.
- Devlet organları tarafından köylülere yalnızca tarımsal amaçlı olarak destek verilmemekte, başka destek unsurları da ortaya *çıkılmaktadır (örneğin, yerel ürünleri tanıtmaya desteği gibi)*.
- Kırsal el sanatları, ülkelerin ve bölgelerin kültürel mirasında öncelikli ve önemli bir yer işgal etmektedir. Bu kültürel unsurlar, kırsal turizm aracılığıyla turistik ürüne çevrilebilir.
- Kırsal turizmde tarihsel yapılardan (*eski kiliseler, şatolar, çiftlik binaları, evler*) çeşitli şekillerde yararlanmak mümkündür (*müze, el sanatları merkezi, konaklama evi, vb.* ).
- Kırsal toplumlarda kadınlar, önceleri ekonomik özgürlükleri açısından sınırlı bir role sahipken günümüzde kırsal turizm aracılığıyla önemli roller almaktadırlar.
- Kırsal turizm sürdürülebilir yerel kalkınma sağlarken doğal ekosistemlerin korunmasını da sağlamaktadır.



Kırsal turizmin gerçekleştirilmesi için kırsal alandaki doğal kaynakların korunmuş olması ve zarar vermeden kullanıma uygun biçime getirilmesi önemlidir. Ulaşım imkanlarının ve altyapının olması ve konaklama hizmetlerinin belirli bir standartta olması gereklidir.

Genel olarak literatürde kırsal turizmin, bölgenin gelişmesi üzerinde etkilerini şu şekilde sıralamak mümkündür (Liu, 2006; Yang vd., 2010; Saxena vd., 2007; Sharpley, 2007):

- Tarımsal üretimin kalitesini ve kârlılığını yükseltmektedir.
- Tarımsal işletmelerin ve tarımsal faaliyetlerle uğraşanların gelirlerinde artış sağlamakta, ek gelir yaratmaktadır.
- Turizmin hizmet sektörü içinde yer alması ve bu özelliğinden dolayı yoğun emek gerektirmesi, kırsalda işsizlik sorununa bir çözüm sunmakta ve insanlara tarımsal faaliyetlerinin dışında ek iş fırsatı sunmaktadır.
- Gelir ile birlikte yerel halkın sosyal yaşam biçiminde olumlu gelişmelere neden olmaktadır (Busby ve Rendle, 2000, s.635). Turizm, olumlu yönde ekonomik gelir sağlaması ve sosyo-kültürel gelişmeyi artırmasının yanında, yaşanabilir bir çevrenin geliştirilmesi ve diğer tüm olumlu faydalar sayesinde insanların refah seviyesi ve yaşam kalitesini artırmaya yardımcı olabilir ve bölgenin sahiplenilmesini artırabilir.

Ayrıca kırsal turizmin bölgenin gelişmesi üzerinde şu etkileri yaptığı vurgulanmaktadır (İpar ve Tırıl, 2014, s.47):

- Kırsalda yaşayanların gelişmiş yöre ve kentlere göç etmesinin önemli nedenlerinden biri de *iş bulma* amacıdır ve turizmin yarattığı iş olanağı sayesinde, kırsaldan kente göçün gerekçesini de ortadan kaldırmaya yardımcı olabilecektir.
- Kırsal yörelerde tarımla uğraşan kişilerin gelirlerinin yetersiz ve istikrarsız oluşu, yoksul geniş toplum kesimlerini etkilemektedir. Yörede kırsal turizmin gelişmesine paralel olarak tarım ürünlerinde bir artış olacak ve bu ürünler hak ettiği fiyattan satılacaktır. Böylece kırsal turizm yörenin gelir düzeyini arttıracaktır. Bunun sonucunda kırsal turizmle birlikte tarıma da ağırlık vermeye başlanacaktır.
- Kırsal turizm, kırsal kalkınma sürecine hız kazandıracak, kalkınmanın lokomotiflerinden biri haline gelecektir.
- Kırsal turizmin gelişmesine bağlı olarak, yörede turizme doğrudan ve dolaylı mal ve hizmet üreten diğer sektörlerde de iş hacmi artacaktır. Kırsal turizm dolaylı olarak birçok sektörün gelişmesine katkı sağlayacak ve yöreye yeni yatırımlar artacaktır.
- Kent insanı ile kırsaldaki halk arasında bilgi akışı sağlanır.
- Kadının ekonomiye katılmasıyla kendisine olan güven artar ve kadının çalışmadaki rolü değişir.
- Genç nüfusun toplumdaki statüsü güçlenir. Ayrıca, yeni iş kollarıyla birlikte gençlerin girişimcilik ruhu kazanmasına katkı sağlanır.
- Kırsal yörelerde turizmin gelişmesi sonucunda yöredeki kültürel varlıklar koruma altına alınmakta ve kırsal alanlardaki tarihi değerler korunarak gelecek nesillere bırakılması sağlanmaktadır.
- Doğal ve kültürel güzellikler tahrip edilmemekte korunmaktadır. Doğa dostu bir turizm anlayışı gelişir.

- Eğitim, sağlık ve altyapı hizmetlerinde kırsal turizmle birlikte iyileşme sağlanmaktadır.

### 3. ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Kırsal alanlar, Türkiye'nin özellikle seksenli yıllardan sonra başlayıp günümüze kadar olan durumu göz önüne alındığında, buralarda yaşayanlara giderek daha az fırsatlar sunan bir ortamlara dönüşürken, yine son yıllarda şehirleşmenin artması ve gelişme ile birlikte şehirlerdeki insanların kırsala ve doğaya olan özlemi ve şehir yaşantısının iticiliği kırsal alanların çekici bir durum almasına neden olmaktadır. Bu bakımdan bu çalışma, çıkış noktası olarak turizm talebindeki değişikliklere kırsal alanların nasıl uyumlaştırılabileceği sorgusundan hareket etmektedir. Bu amaçla turizm, büyük kent yaşamındaki insanlar için bir dinlenme ve kaçış güdüsüne karşılık gelirken, aynı zamanda kırsal alanlarda yaşayanlar için de ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda beklentilerini karşılama fırsatları sunmaktadır. Ancak, bu arz-talep dengesinin stratejik açıdan değerlendirilebilmesi için sürdürülebilir bir kırsal turizm planlamasının yapılması ve kırsal alanda yaşayan tüm paydaşların desteğinin sağlanması gerekmektedir. Bu anlamda, yerel kırsal alanların kalkınmasında bir model kurulması amaçlara ulaşma konusunda önemli bir katkı sunabilir. Bu çalışmanın amacı da, endüstrileşme baskısı birçok alan bozulma tehdidi hissetmekte iken, Marmara bölgesinin sanayi kenti olan Kocaeli ili, Kandıra ilçesi ve köylerinin, bozulmamış doğası, zengin yöresel ürünleri ve yaşatılan geleneksel el sanatlarıyla, sürdürülebilir kırsal turizm için barındırdığı kaynakların değerlendirilmesidir. Bu amacın da en rasyonel olarak sürdürülebilir bir yaklaşım içerisinde ve paydaşların katılımından oluşan bir model aracılığı ile gerçekleştirilebileceği savunulmaktadır.

Çalışma, hedeflenen sonuçlara ulaşma bakımından niteliksel bir çerçevede kurgulanmıştır. Çalışmanın konusu itibari ile ilgili ikincil kaynaklardan kuramsal çerçeve oluşturulmuş ve kırsal turizm ve sürdürülebilir turizm konusu ile ilgili daha başka ülke, bölge ve yörelerdeki kırsal alanların geliştirilmesine yönelik yapılan çalışmalar taranmıştır. Elde edilen bilgilerin Kandıra'ya uyarlanmasından önce, çalışmanın yönteminin güçlendirilmesi açısından bölge ve köylerde yerinde inceleme ve gözlem yapılmış; yerel halkın ve ilçenin gelişmesi konusunda karar vericiler olan ileri gelenlerden bilgilerin elde edilmesi ve değerlendirilmesi sağlanmıştır. Alan yazından elde edilen bilgiler ile 2015 Temmuz ve Eylül ayları arasında üç defa yerinde yapılan inceleme ve gözlemlerin bir araya sonucunda bölgenin SWOT analizi değerlendirilmiştir. Elde edilen bilgilerin yorumlanması ile bölgenin kırsal turizm gelişimi açısından yönlendirici olabilecek, sürdürülebilir bir planlama yaklaşımı çerçevesinde "Kandıra'da Kırsal Turizm Gelişimine Yönelik Model hazırlanmıştır.

### 4. KIRSAL ALANLARDA SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM PLANLAMASI YAKLAŞIMI

Ekonomi yaşamında konjonktür gereği değişikliklerin ve değişimlerin meydana getirdiği sonuçlar toplumlara bazen fırsatlar da sunmaktadır. Bu fırsatlardan birisi de turizm talebinin klasik davranışı gereği kıyılardan kırsal alanlara ve doğaya ve kırsal kültüre doğru bir yön göstermiş olmasıdır. Bu yönelim kırsal alanlar ile diğer alanlardaki olumsuz anlamdaki farklılıkların ve dengesizliklerin giderilmesi için bir veri kabul edilmesi ve değerlendirilmesi gereken bir durumdur. Bölgesel dengesizliklerin tanımlanması "*bölgeler arasında ekonomik, sosyal, kültürel ve yaşam kalitesi ile benzer konularda gelişmiş olan alanlar ile arasındaki eksiklikler ve eşitsizlikler*" olarak yapılabilir. İşte bu noktada turizm bir araç olarak devreye

girmektedir. Böylece, ülkelerin ekonomik ve sosyal birlikteliğinin sağlanması ve bölgelerarası dengesizliklerin ve eşitsizliklerin azaltılmasında turizm bölgesel/yöresel bir kalkınma/gelişme aracı olarak kullanılmaktadır. OECD Bölgesel Kalkınma Servisi tarafından yapılan ekonomik çalışmalarda turizmin muhtemel bir kalkınma stratejisi olarak tanımlanması, turizm ile bölgesel kalkınma ilişkisini de vurgulamaktadır (Doğan ve Yıldız, 2007, s.155). Bu bilinen gerçeklerin yanında, değişimlere nasıl tepki verileceği ile hangi yöntemlerin ve araçların hangi sürede nasıl yapılacağına kararlaştırılması ise bu konuda iyi bir planlama yapılmasını gerektirmektedir. Birçok yöre gelişi güzel bu eğilimden yararlanmak istese de, planlama olmadan yapılan girişimlerin eksik olacağı ve hatta başarısız olacağı iddia edilebilir. O halde bir yörede kırsal turizmin geliştirilmesi için nasıl bir planlama yapılması gerekmektedir? sorusunun cevabı, kuşkusuz turizm talebini meydana getiren ve dahası sürdürülebilir bir kırsal turizm ve bu turizm türüne olan talebin tatmin edilmesinin sağlanması ile ve bunun yanında bölgede kırsal turizm kaynaklarının değerlerinin korunması ve ortaya çıkarılması, geliştirilmesi ile mümkün olabilir. Bunun için de ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve toplumsal temelli çok yönlü bir kırsal sürdürülebilir bir turizm planlaması yaklaşımı benimsenmelidir.

Bilindiği üzere, sanayi devrimi sonrasında tüm dünyada doğal kaynakların sorumsuzca kullanılması ve bu kullanımın doğal kaynaklara zarar vermesi çevresel ve kültürel değerlerin bozulmasını ve sürdürülebilirlik kavramını ortaya çıkarmıştır (Duran, 2011, s.299). Doğal kaynaklara zarar verilmesi konusunda sadece sanayi sektörünün değil, turizm olayının ve endüstrisinin de etkisi büyük olmaktadır. Bu bakımdan sürdürülebilirlik; sanayi, turizm ve alt sektör olan kırsal turizm alanlarını da ilgilendirmekte olan hassas ve stratejik önemli bir kavram ve konudur. Sürdürülebilirlik kavramı genel olarak, *“insan nüfusunun faaliyetleri ile birlikte onların doğal, sosyal ve kültürel çevreler arasında uyumun bulunduğu bir dengeler durumu”* olarak açıklanmaktadır (Kaşlı vd., 2015, s.29). Sürdürülebilir gelişme kavramının 1972 yılında düzenlenen Stockholm Konferansında; *“çevrenin taşıma kapasitesine dikkat çeken, kaynak kullanımında kuşaklararası hakkaniyeti gözeten, ekonomik ve sosyal gelişmenin çevre ile bağlantısını kuran ve kalkınma ile çevrenin birlikteliğini vurgulayan ilkelerin”*, benimsenmesi ile temelleri atılmıştır (IULA-EMME, 1997, 3’den aktaran: Bozlağan, 2005, s.1015). Avrupa Birliği, 1992 yılında ekolojik bir yaklaşım ile sürdürülebilirliğin gelişme politikalarının üç önceliği bulunması gerektiğini duyurmuştur (Soussan,1992; aktaran: Bozlağan, 2005, s.1018). Bunlar;

- Ekolojik süreçlerin korunması.
- Kaynakların sürdürülebilir kullanımı.
- Genetik çeşitliliğin korunması.

Sürdürülebilirlik kavramı, bir toplumun, eko-sistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan ya da sistemin ana kaynaklarına aşırı yüklenmeden devam ettirebilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Karaman, 1996, s.102). Sürdürülebilir turizm kavramı, sürdürülebilir kalkınmadan gelen ve bunu turizme uygulama anlamını içeren bir terimdir (Inskeep, 199, s.461). Sürdürülebilirlik, turizm sanayisinde sosyal ve ekonomik kalkınmanın yanı sıra, çevreyi ilgilendiren konuları bütünleştirmeye çalışır (Kernel, 2005, s.151). Varlığını çevre ve insan üzerine kurgulayan turizm endüstrisi için sürdürülebilirlik, uzun dönemli bir strateji ile anlam kazanabilmektedir. Aksi takdirde, bugünkü kuşakların dahi artık yararlanamadığı turizm kaynaklarından, gelecek kuşakların da yararlanması mümkün

olamayacaktır. Sürdürülebilirliğin geniş yapısı içinde turizm endüstrisi, yeşil kimlikler oluşturmak için çaba sarf etmiştir (Johnson, 2002, s.261).

Dünya Turizm Örgütü (2006) sürdürülebilir turizmi, şimdi ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini tam olarak dikkate alarak, ziyaretçiler, sanayi, çevre ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarına göre çok boyutlu tanımlar (Navarro vd., 2015). Sürdürülebilir turizm için paydaşların katılımı da önemlidir. Bu sayede toplumun sosyal, ekonomik ve çevresel istekleri arasındaki denge ve mevcut kaynakların kalitesini bozmayan sürdürülebilir sonuçlara ulaşılır. Bu girişim, modern ve geleneksel yapı arasında uyum sağlar (Navarro vd., 2015).

Turizm, çevresel gelişim kapasitesi, toplumsal sorumluluk ve turizmin yerel halkın istekleriyle bağdaşması konularına saygılı olarak, sürdürülebilirlik ilkeleriyle bütünleşir. Sürdürülebilir turizm ayrıca yörelerin ihtiyaçlarını ve gelecekteki fırsatları da koruyarak karşılama anlayışıdır (Avcıkurt, 1997, s.136). Sürdürülebilir turizm ürünleri; turistik kalkınma ile zarar görmek yerine, yararlı olan yerel çevre, toplum ve kültürlerle uyum içinde işlenen ürünlerdir. Sürdürülebilir gelişim için turistik ürün, yerel turist hedeflerine dâhil edilen yerel ihtiyaçlara katkıda bulunmalı; yerel insanı sosyal çevreden ve yaşam koşullarından uzaklaştırmadan özsaygı kazanmasına, özgürlük vermeye yardımcı olmalıdır. Sadece ülkesel ekonomik büyümeyi değil, bölgesel ve yerel ekonomik gelişmeyi de hızlandırmalıdır (Inskeep, 1991, s.461).

Kırsal turizmin belirli ilkeler çerçevesinde sürdürülmesi gerekmektedir. Kırsaldaki turizmin ilkeleri; *yararlanma, gelişim, tasarımı, kırsal ekonomi, koruma ve pazarlama* olmak üzere 6 ana başlık altında özetlenebilir (Sharpley ve Sharpley, 1997'den aktaran Ün vd., 2012, s.346):

- *Gelişim:* Kırsaldaki turizm gelişimi, koruma ve ayağa kaldırma amaçlarına yardımcı olmalıdır. Örnek olarak, tarihi evlere yeni kullanımlar, çiftliklere ise ek kullanım ve gelir getirebilir, terkedilmiş arazilerin ıslahına yardımcı olabilir ve kırsala ulaşım için yeni fırsatların önünü açabilir.
- *Yararlanma:* Turistlerin kırsaldan daha çok yararlanmalarını sağlama çabaları, kırsalın özelliğini, kültürünü, tarihini ve yaban canlılarını merkez alan etkinliklerine yöneltilmelidir.
- *Kırsal Ekonomi:* Turizme yapılan yatırım kırsal ekonomiyi desteklemeli, fakat hem yoğun kalabalıktan, hem aşırı kullanım ile oluşan erozyondan ve turizm kaynaklarına hasar vermektan kaçınmak için, hem ekonomik hem de başka faydaları yaygınlaştırmak için, coğrafi olarak daha geniş çapta yayılmanın ve ziyaretlerin en yoğun olduğu dönemlerin dışına daha çok kaydırılmasının peşinde olmalıdır.
- *Tasarım:* Yeni turizm gelişimlerinin planlanması, yerlerinin saptanması ve yönetilmesi, peyzaja uygun olmalı ve mümkün olan durumlarda peyzajı zenginleştirmeye çalışmalıdır.
- *Koruma:* Kırsaldaki turizmden faydalananlar, bu turizmin en değerli varlığı olan kırsalın korunmasına ve zenginleştirilmesine katkıda bulunmak için koruma ve ayağa kaldırma politikalarına ve programlarına politik ve pratik destek sağlamalıdır.
- *Pazarlama:* Turizm endüstrisinin tanıtım, bilgilendirme ve pazarlama girişimlerinde insanların kırsala yönelik anlayışlarını ve ilgilerini derinleştirerek takdir etme ve yararlanma duygusuna ulaşmalarını sağlamaya çalışılmalıdır.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'ne göre de, bir turizm faaliyetinin kırsal turizm olarak kabul edilebilmesi için faaliyetin kırsal alanda olması ve *kırsal alandaki yeşil dokunun sürdürülebilirlik temelinde* korunmuş olması gereklidir.

Navarro vd, (2015)'e göre sürdürülebilirlik konusundaki göstergeler Tablo 3'de yer almaktadır.

**Tablo 3: Sürdürülebilirlik konusundaki göstergeler**

<b><i>Ekonomik Sürdürülebilirlik</i></b>	
Turizmin gelişmesinin ekonomik etkileri	Bölgede mevcut kırsal turizm faaliyetleri; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toplum için istihdam olanakları oluşturur.</li> <li>• İlgili firmalara fayda sağlar.</li> <li>• Bütün toplum için fayda oluşturur.</li> <li>• Mevcut altyapıların iyileştirilmesini sağlar.</li> <li>• Yaşam kalitesini iyileştirir.</li> </ul>
<b><i>Sosyo-Kültürel Sürdürülebilirlik</i></b>	
Turizmin gelişmesinin sosyo-kültürel etkileri	Bölgede mevcut kırsal turizm faaliyetleri; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bölgenin kültürünü ve kimliğini korumak için yardımcı olur.</li> <li>• Geleneksel kültürü korur.</li> <li>• Şehir ve kasabalarda görünümünü iyileştirir.</li> <li>• Bölgenin sosyal refahını (<i>sağlık, güvenlik</i>) korumak için yardımcı olur.</li> <li>• Dinlenme imkanlarını artırır.</li> <li>• Kamu hizmeti ve altyapıları (<i>ulaşım, yol, su, elektrik</i>) geliştirir.</li> </ul>
<b><i>Çevresel Sürdürülebilirlik</i></b>	
Turizmin gelişmesinin çevresel etkileri	Bölgede mevcut kırsal turizm faaliyetleri; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Doğal kaynakların korunmasını destekler.</li> <li>• Toplumun ekolojik farkındalığını artırır.</li> <li>• Çevre korumaya yönelik politikaların geliştirilmesini destekler.</li> </ul>

**Kaynak:** Navarro vd. (2015). "Sustainability Indicators of Rural Tourism from the Perspective of the Residents", *Tourism Geographies*, 17: 4, ss.586-602.

Lane'e göre (2005) ise, başarılı bir sürdürülebilir kırsal turizm konsepti çok amaçlı olmalıdır ve yalnızca yetersiz bir doğa koruma etiği ile bu başarı sağlanamaz. Bu amaçla sürdürülebilir kırsal turizmin temel ilkeleri şunlar olmalıdır:

- Yerli toplulukların kültür ve karakterini sürdürmek.
- Peyzaj ve habitatları sürdürmek.
- Kırsal ekonomiyi sürdürmek.
- Başarılı ve kalıcı bir turizm endüstrisini sürdürmek.

Diğer ekonomik gelişme stratejilerinde olduğu gibi, kırsal alanlarda turizmin arzulanan yararları sağlayabilmesi için bir strateji olarak benimsenmesi ve uzun dönemli olarak algılanması gerekmektedir. Kırsal turizm stratejisinin başarılı olması için, kırsal alanlar kırsal turizmin uygulanmasını, talebin durumsal hareketinin trendi içindeki parlıtısına güvenmeden veya kendiliğinden gelişmesini beklemeden stratejik ve sürdürülebilirlik yaklaşımı ile ele alınması daha rasyonel görülmektedir. Kırsal turizmin, bir bölgenin ekonomik, sosyal gelişme aracı olarak benimsenmesinin yanında, turizmin gelişimi için nelerin gerekli olduğunun tespit edilmesi ve aydınlatılması gereken bir durumdur. Sonuçta, turizmin gelişiminin birden fazla amacının olabileceği ve bu amaçlar arasında denge sağlanmasının turizm stratejileri ile ortaya konulabileceği vurgulanmaktadır (İçöz vd., 2009, s.195). Bir kırsal bölgede çekicilikler diğer geleneksel turizm kaynaklarından farklı olabileceği için her bir kırsal alan kendi turizm gelişme stratejilerini belirleyerek bu stratejilerdeki hedeflerini önem sırasına göre belirleyebilir.

Örneğin, stratejik planlar içerisinde çekicilikleri yeterli düzeyde ve altyapı eksikliği bulunmayan kırsal köy, kasaba ve bölge çeşitli tutundurma yöntemleri ve reklamlar ile önce farkındalık ve sonuçta uygun imaj geliştirmeye öncelik verebilir ya da bunun tersi olarak bir bölge çekiciliklerini ve alt-üst yapıyı geliştirmeyi öncelik olarak benimseyebilir.

#### 4.1. Kandıra Bölgesinin SWOT Analizi

Kandıra, Kocaeli iline bağlı, doğusunda Sakarya (*Adapazarı*) İli, batısında İstanbul ili, kuzeyinde Karadeniz, güneyinde ise İzmit (*Kocaeli*) merkez ilçesi, Karadeniz'de 52 km. uzunluğunda kıyısı olan bir ilçedir. Kandıra ilçesi topografik yapısı küçük tepelerle kaplı ve belirgin arazi formunda olup, Karadeniz iklimi etki alanı içerisinde yer almaktadır. Kandıra'da kırsal peyzaj değerleri yüksek olan köyler bulunmaktadır. Bunlardan bazıları; Osmanlılar zamanından kalma işlemeli taş kalıntıları, özgün ev ve sokakları bulunan Ağaçaçıl Köyü, Akçakese Köyü, Kandıra taşı üretiminde önde gelen Akçaova Köyü ve Akıncı Köyü, Bağıranlı Köyü, mavi bayrak ödüllü geniş ve sığ sahilleri olan Cebeci Köyü, İlginç jeolojik yapıdaki pembe kayalıkların bulunduğu Kefken ve tarihi liman bulunan Kerpe'dir (Üzümcü vd., 2015).

Balıkçılık Kefken ve Bağıranlı halkının en büyük geçim kaynaklarından biridir. Kandıra köylerinde halk gelenek ve göreneklerine bağlı yaşamaktadır. Geleneksel eski köy evleri genellikle alt katında hane sahibinin beslik hayvanlarının bulunduğu ahır kısmı ile üst katında aile fertlerinin yaşadığı iki katlı kerpiç-ahşap karışımı yapılardan oluşmaktadır. Her köyde eski bir köy ilkokulu ve lojman binası var, ancak taşımali eğitimden yararlanıldığı için bu ilkokul binaları kullanılabilir olduğu halde atıl durumda bırakılmıştır (Üzümcü vd., 2015, s.95)

Kandıra'nın gerek sosyo-kültürel yapısı gerekse coğrafik dağılımı bakımından, yukarıda sıralanan modellerden birden fazla model uygulanması gerekecektir. Kandıra demografik bakımdan, nüfusu 48.937 ([http://www.nufusu.com/ilce/kandira\\_kocaeli-nufusu](http://www.nufusu.com/ilce/kandira_kocaeli-nufusu), erişim: 21.02.2016) olan ve Kocaeli-İzmit merkez başta olmak üzere dış göç vermektedir. Genç nüfusun azalması ve yaşlı nüfusun artması sebebiyle tarım yapmak yerine yüksek bedellerle satılarak gelir elde edilmesi sonucu, çoğunlukla yerel halktan emekli ve yaşlı nüfusun kalması ve gençlerin işsizlik sebebiyle ilçeyi terk etmesine sebep olmuştur. İlçede ve köylerinde denize kıyısı olan köylerde yalnızca Temmuz ve Ağustos aylarında çoğunlukla İstanbul'dan gelen yerli turistlere, küçük otel ve pansiyonlarda deniz turizmi hizmeti verilmektedir. Ancak kırsal turizm yapılabilmesi için; halkın bilgilendirilmesi ve teşvik edilmesi ile ilçeden istihdam amaçlı uzaklaşan genç nüfus göçünün engellenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. İlçeye kurumların destek vererek, yatırımlar yapılmasını sağlamaları ve yine kamu yöneticilerinin bir an evvel turizm imar planlarını tamamlamaları gerektiğinin ifade etmişlerdir. Yerel halk ile ilgili olarak, turizmin henüz sahil köyleri dışında bilinmediğini ve kırsal turizmin yapılabilmesi için mutlaka, halkın bilgilendirilip, ekonomik kazanımları olacağı anlatılıp, gerekli eğitim ve teşvikler ile ikna edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir (Üzümcü vd., 2015).

Gerek sürdürülebilir kırsal turizm planlaması ve gerek herhangi bir planlama kararının verilmesinden önce kaynak analizin yapılması mevcut durumun anlaşılması için bir fikir vermesi bakımından planlamaya karar verenlerin işinin kolaylaşmasına yardımcı olacağı açıktır. Bu anlamda Kandıra ilçesi ve köylerine yönelik, Tablo 4'de bir SWOT analizi yapılarak Kandıra kırsal turizmi değerlendirilmiştir.

Üzümcü vd. (2015), Kandıra'nın tarım açısından çok iyi ekilebilir, verimli arazileri olmasına rağmen, yeterince kullanılmadığı ya da kullanılanların bilinçsiz bir şekilde kullanıldığı ve mevcut üretimin yöre halkının ihtiyacını karşılamaya yönelik, ekonomik getirisi az olan ürünlerle gerçekleştirildiğini belirtmişlerdir. Kırsal turizm, Kandıra'nın doğal sosyal ve kültürel kaynaklarını ekonomik ve sosyal gelişmesine bir fırsat sunabilir. Kandıra'nın köklü bir geçmişten geldiğini, tarihi liman kalıntıları, kaleleri, korsan mağaraları vb. bulunduğunu, el sanatları için eşsiz örneklere sahip olduğu bilinmektedir. Kandıra ilçesinde sürdürülebilir kırsal turizm yapabilmek için Ağaçağıl köyü ile deniz turizmi potansiyeli olan *Bağrganlı Köyü* ve *Kefken, Kerpe, Cebeci, Sarısu, Pınarlı ile Kıncırlı* köyü sayılabilir (Üzümcü vd., 2015).

**Tablo 4:** Kandıra Kırsal Turizmine Yönelik SWOT Analizi

<i>Güçlü Yönler</i>	<i>Zayıf Yönler</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tarihsel geçmişi</li> <li>• İç ve dış pazar için lojistik avantajların bulunması</li> <li>• Kamuda turizm desteği</li> <li>• Turistlere sağlanan güvenli ortam</li> <li>• Kandıra halkı ve esnafın olumlu tutumu</li> <li>• Ekoturizm/Kırsal turizm için doğal kaynaklar ve bozulmamış doğal çevre</li> <li>• Büyükşehir Belediyesi sınırları içerisinde yer alması ve güçlü belediyeçilik desteği</li> <li>• Paydaşlar arasındaki işbirliğinin gelişmiş olması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistik ürün paketi oluşturamama, tanıtım ve pazarlama eksikliği</li> <li>• Mevsimsel ve aylık talep dalgalanması</li> <li>• Nitelikli turistik işletme yetersizliği</li> <li>• İşgücü yetersizliği</li> <li>• Tamamlayıcı hizmet işletmesi yetersizliği</li> <li>• Elektrik kesintilerinin yaşanması</li> <li>• İşletmelerde ve Kandıra'da turistlere yönelik aktivite yetersizliği</li> <li>• Dar ve virajlı yolların bulunması</li> <li>• Turizm bilgilendirme ofisinin bulunmaması</li> <li>• Hafta sonu tatillerinde taşıma kapasitesi sorunlarının yaşanması</li> <li>• Gastronomik zenginliklerin yeterince değerlendirilememesi</li> <li>• İmar ile ilgili sorunların çözülememiş olması</li> <li>• Nitelikli işgücü yetiştirecek eğitim kurumlarının Kandıra'da bulunmaması</li> </ul>
<i>Fırsatlar</i>	<i>Tehditler</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bölgenin farklı turistik aktivitelere olanak vermesi</li> <li>• Ekoturizmin/kırsal turizmin giderek daha popüler olması</li> <li>• Kırsal turizm potansiyeli olan bozulmamış doğal çevre, korunmuş kültürel doku gibi güçlü bir ürünü olması</li> <li>• Turizmle ilgili MARKA başta olmak üzere birçok kurum tarafından yapılan projeler, uygulamalar ve sağlanan teşviklerin bulunması</li> <li>• Yerel yönetimlerin turizm çalışmalarına yönelik ilgisi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bölge imajının ucuz ve günübirlik tatil yeri olarak yerleşmesi</li> <li>• Sahil kısımlarında, çevre bozulmaları</li> <li>• Bilinçsiz yapılaşma</li> <li>• Bilinçsiz tarım ve hayvancılık faaliyetleri</li> <li>• Doğal çekiciliklere sahip alanlarda yapılan tahribat</li> <li>• Kırsal turizm mimarisi geliştirememesi</li> <li>• Benzer turistik ürünler sunan birçok farklı bölgenin bulunması</li> <li>• Kontrolsüz alanlarda yaşanan katı atık sorunları ve çevre tahribatı</li> <li>• Deniz odaklı turizm anlayışının yerleşmiş olması</li> <li>• Yoğun ev pansiyonculuğu faaliyetinin bulunması</li> <li>• Acentacılık faaliyetlerinin gelişmemiş olması</li> </ul>

**Kaynak:** Kaşlı vd. (2014). "Kandıra Kıyı Bandı Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi Birliği Kandıra Turizm Master Planı 2015-2023", *Kandıra Turizm Master Planı*, Kandıra: 187-188.

#### 4.2. Kırsal Alanlarda Turizm Modelleri ve Kandıra Kırsal Turizm Modeli

Kırsal turizm alanlarının geliştirilmesi için farklı modeller bulunmaktadır. Kırsal turizmi geliştirilmesi konusunda Çetin (2015) daha çok planlamaya dönük ve bu planlama içerisinde rol

alan unsurları; devlet, yerel halkın katılımı, planlama, kırsal alan yönetim organları olarak vurgulamaktadır (Çetin, 2015, s.8). Kırsal turizm planlamasında kaynaklar üzerinden model yaklaşımlarının üretilmesi temel olmalıdır. İlgili bölgenin coğrafi yapısı, sanayideki gelişmişliği, işgücü ihtiyacı ve altyapısal durumu gibi faktörler göz önüne alınmaktadır (Pröbstl-Haider, U., Melzer, V. ve Jiricka, A. 2014, *aktaran*: İpar ve Tırlı, 2014, s.45-54).

- *Deniz Feneri Modeli*: Bu modelde yeni iş olanakları oluşturma dışarıdan lider bir girişimci öncülüğünde çiftçiler ve diğer tedarikçiler ile ürünleri entegre ederek kazan-kazan anlayışı içerisinde bir işletme planı oluşturmalarını amaçlamaktadır. İşletme adeta bir deniz feneri gibi diğer girişimcilere de yol göstererek bölgenin kırsal gelişiminde pay sahibi olmaktadır.
- *Küçük Ölçekli Arazi Kullanım Modeli*: Birçok çiftçi, işletmecisi veya sahibi olduğu çiftliğinde çeşitlendirmeye giderek ekonomik yararlar elde edebilir.
- *Bölgeleme Modeli*: Kırsal alanların sahip olduğu zengin doğal kaynakların, turizm faaliyetlerine açılmadan önce, gerekli koruma planları ve bu alanların toplum yararına ekonomik amaçlı kullanılması için sürdürülebilir arazi kullanımı esaslı bir model oluşturulması gerekmektedir.
- *Tematik Model*: Bu modelde, çoğunlukla mevcut yapılar, binalar, kültürel, dini ve geleneksel varlıklar kullanılır. Örneğin; *Kale Yolu, Peynir Yolu, Tarihi Demir Yolu, Şarap Yolu* vb. tipik örnekler bu kapsamda yer alır. Bu temalar ile kırsal bölgenin daha arka planda kalmış ve kendine has özellikleri olan yönleri de ziyaretçilere sunulur. Tarihi bahçeler, dağ evleri, peynir yapımı, üzüm bağları gibi geleneksel kültür unsurlarına dayalı özellikler, bölgenin kısa sürede marka haline gelmesine katkı sağlayacaktır. Ayrıca bu modelde tüketici deneyimleri üst seviyeye çıktığı için ekonomik getiri daha fazla olacaktır.

Çalışmada, bölgede mevcut olarak uygulanmakta olan kitle turizmini dikkate alan ancak, kırsal turizm potansiyelini odağına alan ve bu şekilde turizmin daha da geliştirilmesini amaçlayan bir model Şekil 1’de sunulmaktadır.

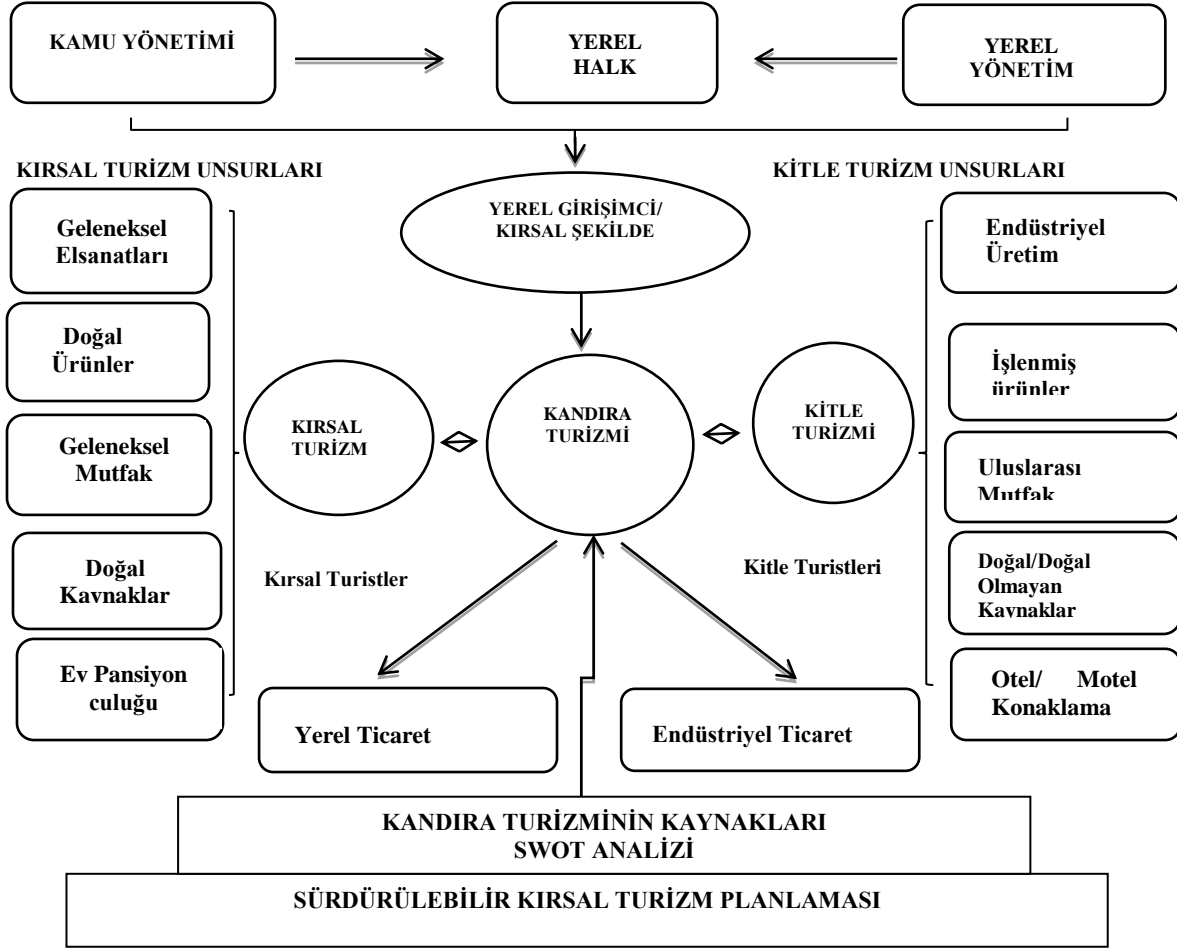
Model yukarıda bahsedilmiş olan modellerden de esinlenilerek geliştirilmiştir. Modelin nihai amacı bölgede yerel, kırsal, doğal ve geleneksel bazlı kaynakların kırsal turizm planlanması ile kullanılmasını ve sürdürülebilir yaklaşım ile korunmasını sağlayacak şekilde bölge halkının ekonomik, sosyal, kültürel gereksinimlerinin karşılanmasını amaçlamaktadır.

Kandıra kırsal turizm modelinde çeşitli unsurlar bulunmaktadır. Bunlar, *dinamik ve statik* unsurlar olarak iki temelde yapıda biçimlendirilmiştir. Dinamik unsurlar modeli harekete geçirmede etki edenler ve statik unsurlar ise turizmden etkilenen ve turizme kaynak oluşturan değerlerdir. *Dinamik* unsurlar, kamu yönetimi, yerel yönetim, yerel halk ve yerel girişimcilerden meydana gelmektedir. Bu dört unsurun çabaları Kandıra turizmini oluşturan değerlerin SWOT analizi ile durum tespitinin yapılmasını ve sürdürülebilir kırsal turizm planlaması ile kullanılmasının, yararlanılmasının ve korunmasının sağlanarak kırsal turizm bölgesinin ekonomik, sosyal, kültürel ve toplumsal beklentilerinin karşılanmasında etkin rolü bulunmaktadır. Kandıra turizmi için gerekli olan kırsal turizm kaynakları ise statik biçimde dinamik unsurların çabaları ile biçimlenecek durumdadırlar. Kırsal turizm unsurlarından kırsal yöre insanların yararlanması ise kırsal girişimciliğin teşvik edilmesi ile gerçekleştirilebilir.



Kırsal girişimcilerin turizm faaliyeti de kırsal turizm unsurlarının girdi olarak kullanılması ve aile fertlerinin katılımını gerektirmektedir. Tüm paydaşların katılımının önemi büyüktür. Devlet eğitim, yol gösterme ve finansal vb. konularda destek anlamında katkılar sunabilir.

**Şekil 1: Kandıra Kırsal Turizm Geliştirme Modeli**



Kandıra ilçesi, 90 köyüyle oldukça büyük ve gerek denize kıyısı ve bakir doğal kaynakları ile gerekse tarihi ve kültürel zenginliğiyle önemli bir destinasyondur. Özellikle İstanbul, Sakarya, Yalova ve Kocaeli gibi büyük sanayi kentlerine yakın olmakla önemli bir konumdadır. Bu sebeple yıllardır hafta sonu ve yazın kısa sezonuyla günübirlikçi ve kısa konaklamalı seyahat edenlere deniz turizmi biçiminde hizmet vermektedir. Son yıllarda ülkemizde artan *kırsal turizm*, *ekoturizm*, *gastronomi turizmi* gibi doğaya yönelik turizm türlerine elverişli olan Kandıra ilçesi, bu anlamda sürdürülebilir kırsal turizm uygulamaları ile Kandıra çevre ve köylerinin ekonomik ve sosyal gereksinimlerine katkı sunabilir.

Bu modelin en önemli unsurları; *yönetim*, *yerel halk* ve yerel halkın oluşturduğu *girişimci* unsurlarıdır. Kırsal bölge girişimcilerinin meydana getireceği talebin de isteklerine cevap veren otantik bazlı konaklama, geleneksel mutfak içeren lokantalar, yerel ve geleneksel üretim sağlayan hediyelik vb. ürün üreten küçük kırsal turizm işletmeleri modelin ortaya çıkarmak istediği hedeflerden biridir. Bu kapsamda talebe uygun ürün geliştirilmesi sağlanır iken

kaynakların korunması ve sistemin uzun vadeye yapılmasını başaracak sürdürülebilir bir anlayışın egemen kılınması da amaçlanmaktadır. Özellikle kırsal turizmde halkın beklentilerinin karşılanması ve turizmin gelişme evreleri de hesaplanarak ticari kazanç uğruna kültürel, sosyal, çevresel yapıya uyum sağlayabilecek biçimde kırsal turizmle bir sistem yapısı kurulmalıdır.

## 5. SONUÇ

Günümüzde yaşanan sanayileşme, kentleşme, diğer ekonomik ve sosyal değişimler kırsal alanların geçmişte ihmal edilse de günümüzde turizm talebinin bu alanlara yönelmesinin bir sonucu olarak yeni cazibe merkezleri olma konumuna gelmektedir. Turizm talebi kıyılardan uzaklaşarak daha geleneksel, doğal, otantik, geleneksel kültür öğelerinin bulunduğu kırsal alanlara yönelmektedir. Kırsal alanlarda bulunan kaynakların turizm talebine uyarlanarak değerlendirilmesi ise talebin yöneldiği alanlarda sürdürülebilir kırsal turizm modeli geliştirilmesini gerektirmektedir.

Kandıra bölgesi özellikle İstanbul gibi büyük bir metropolde yaşayan insanların kısa süreler ve kırsal turizm amaçlı turistik seyahatleri için önemli bir mekân konumundadır. Ancak günümüzdeki turizm biçimi olarak kitle turizm benzeri bir yapıdadır. Bu kapsamda kırsal turizm kaynaklarının kırsal turizme uyarlanması ile bölge halkı turizmden daha etkin yarar sağlayabilir. Ayrıca kırsal turizm geliştirilmesi ile talebin tatminin artması sağlanabilir. Kırsal turizm arzı ve talebinin dengesinin kurulması ve uzun vadede sürdürülebilir olması için sürdürülebilir kırsal turizm planlaması gerekmektedir. Bu hedeflere ulaşılmasında kırsal turizm geliştirme modeli bir araç olabilir.

Başarılı kırsal turizm gelişiminde modelde bulunan paydaşların katılımı ve desteği önemlidir. Bu paydaşlar, kamu ve yerel yönetim ile yerel halk ve kırsal girişimcilerdir. Kamu yönetimi olarak devlet, yol gösterici ve finansal desteğe gereksinim duyan yerel girişimcilerin desteklenmesini sağlamakla katkı sunabilir. Yerel yönetim ve kamu yönetimi yöreye çekicilik oluşturacak öğeleri turistik ürün olarak bölgeye kazandırılmasına özellikle katkıda bulunabilir. Köy müzelerinin oluşturulmasına katkı sunabilir ve öncülük yapabilir. Ayrıca Kandıra için özellikle sahile yakın ve kırsal dokusu bozulmamış ve günümüzde geleneksel tarımsal üretimini sürdüren, Ağaçaçıl köyünün geleneksel köy evleri, meydanı ve bozulmamış doğası ile müze köy biçimine dönüştürülerek farklı bir tematik çekicilik meydana getirilebilir.

Yerel halkın bölgesinde turizm gelişimine destek vermesi en önemli konulardandır. Mevcut itibari ile kitle turizmi biçiminde olan turizmden beklentileri olan halkın kırsal turizm türüne yönlendirilmesindeki istekliliği bu konuda başarıyı artırabilir. Bölgede bulunan, doğal, otantik, kültürel, geleneksel ve bunun gibi diğer birçok çekicilik unsuru kaynak olarak yerel girişimciler ve aile ya da yerel halktan olan emek unsurlarının katkısı ile turistik talep için ürün haline getirilebilir. Sonuç olarak, kamu ve yerel yönetimin katkısı ile kaynak kabul edilen kırsal alanda bulunan değerlerin sürdürülebilir bir planlama yaklaşımı ile değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda Kandıra ve köylerinde, sürdürülebilir kırsal turizm yapılabilmesi için aşağıdaki öneriler getirilmiştir:

- Kandıra ve köylerinde, kırsal turizm yapılabilmesi için, organik ürünlere olan talep ve bilinçli turist profili de dikkate alındığında, üretimde nicelikten çok niteliğe bakılması, bunun için yatırım ve teşvikler yapılarak, küçük aile çiftçiliğinin korunması gerekmektedir.

- Ağaçaçıl köyü ve çevre köyler ile ilgili turizm projeleri üretilerek, restorasyon başlatılmalı ve köy evlerinde, ev pansiyonculuğu ve yöresel yemekler ile organik ürünler üretilerek, satışı teşvik edilmelidir. Yöredeki kadınların ve gençlerin, üretime çekilmeye çalışılması ve tarımsal ürünler (*Manda yoğurdu, peynir, dartı, meyve-sebze, köy ekmeği*) üretilmelidir.
- Kandıra'da sahil köyleri dışında turizm bilinmemekte ve kırsal turizmin yapılabilmesi için halkın bilgilendirilmesi, eğitim ve teşvikler ile ikna edilmesi gerekmektedir (Üzümçü vd, 2015).
- Yerel halkın istihdam edilmesi ve yöresel el sanatlarının (Kandıra bezi, kandıra taşı vb.) hediyelik eşyalar ve özel ürünler üretilmelidir.
- İlçedeki turizm imar planlarının ivedi olarak tamamlanması ve turizm yatırımlarının teşvik edilmesi kamu ve yerel yönetimlerce teşvik edilmelidir.
- Kırsal turizme uygun ve açılması hedeflenen alanların, sürdürülebilirlik anlayışıyla, kitle turizminden uzak pazarlanması sağlanmalıdır.
- Tamamlayıcı hizmet işletmelerinin sayısı artırılmalıdır.
- Yöre halkını teşvik edebilmekte örnek oluşturabilecek otantik köy evlerinin ve köy meydanının gerekli alt ve üst yapı eksiklerinin giderilerek, örnek olacak şekilde kamu ya da yerel yönetimler öncülüğünde restore edilerek, kırsal turizme açılması sağlanmalıdır.
- Kandıra bezi, Kandıra taşı işçiliğinin korunması ve Kandıra'ya özgü yerel lezzetlerin yeterli miktar ve kalitede üretilmesi sağlanmalıdır.
- Yerel yönetimler, üniversite ve paydaş olabilecek kurum ve kuruluşların işbirliği içinde olması ve işletmecilere ve yerel halka kırsal turizm konusunda eğitim verilmelidir.

Sürdürülebilir kırsal turizm için karar vericilerin ve plancıların, turizmin sadece ekonomik boyutunu değil; doğal, sosyal ve kültürel çevre boyutunu da dikkate almaları gerekmektedir. Ayrıca tüm ilgi gruplarının beklentilerinin değerlendirilmesi; etkinliklerin, ürün planlama ve geliştirme süreçleri ve yönetiminde katılımcı ve sürdürülebilir bir yaklaşım, hassas kırsal alanlar ve kırsal yaşamdakiler için önemli yararlar getirebilecektir.

## 5. KAYNAKLAR

- Akça, H., Esengün, K. ve Sayılı, M. (2001). "Kırsal alanların kalkınmasında kırsal turizmin rolü", *Standard Dergisi*, Yıl 40, Sayı 2, Şubat, ss.1-96.
- Avcıkurt, C. (1997). "Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türk Turizmi Sorunlar ve Çözüm Önerileri", *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, BAÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Bahçe, S. (2009). "Kırsal gelişimde kültür mirası turizmi modeli", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 25, ss.1-12.
- Briedenhann, J. and Wickens, E. (2004). "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas vibrant hope or impossible dream?", *Tourism Management*, 25, ss.71-79.
- Bozlağan, R.(2005). "Sürdürülebilir gelişme düşüncesinin tarihsel arka planı", *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50, Prof.Dr.Nevzat Yalçıntaş'a Armağan Özel Sayısı, ss.1012-1028.
- Busby, G. and Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm tourism, *Tourism Management* 21, ss. 635- 642.
- Çetin, İ. (2015). "Agritourism development model for north cyprus", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 2 (2), ss.1-11.

- Deveci B., Türkmen S. ve Avcıkurt C. (2013). “Kırsal turizm ile gastronomi turizmi ilişkisi-Bigadiç örneği”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi - IJSES*, 3 (2), ss. 29-34.
- Dinler, Z. (2014). *Tarım Ekonomisi*, Ekin Yayın Dağıtım, Bursa.
- Doğan, S. ve Yıldız, Z. (2007). “Bölgesel kalkınma, turizmin ilişkisi ve göller bölgesi kalkınmasında alternative turizm potansiyelinin kullanılabilirliğine yönelik bir araştırma”. *Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 6, ss. 147-181.
- Doğan, G.(2012). “Ankara ili Ayaş ilçesinin kırsal turizm potansiyeli açısından değerlendirilmesi”, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Ankara.
- Duran, E.(2011). “Turizm, kültür ve kimlik ilişkisi; turizmde toplumsal ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliği”, İstanbul Ticaret Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl:10, Sayı:19, Bahar, ss.291-313.
- Emekli, G., Südaş, İ. ve Soykan, F. (2007). “Göç, kırsal kalkınma-kırsal turizm ve Türkiye “, Migration, Rural Development- Rural Tourism And Turkey 38. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi* 10-15 Eylül 2007 Ankara, Türkiye.
- Hudman, L. E. (1992). “Turizmin rolü ve çevre sorunları ile olası etkilerine yaklaşımı”, *Turizmde Seçme Makaleler*:16, Özel Sayı: Turizm ve Çevre, Aralık.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning; an integrated and sustainable development aproach*, Van Nostrand Reinhold, New York.
- Johnson, D. (2002). “Environmentally sustainable cruise tourism: A reality check”, *Marine Policy*, Elsevier, Vol.26, Issue 4, July 2002, ss.261–270.
- Karaman, A. (1996). “Sürdürülebilir turizm planlaması için ekolojik bir çerçeve; Sürdürülebilir turizm planlamasına ekolojik yaklaşım”, *19. Dünya Şehircilik Günü Kolokyumu*, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- İçöz, O., Var, T. ve İlhan, İ. (2009). *Turizm Planlaması ve Politikaları: Turizmde Bölgesel Planlama*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- İçöz, O., Pınar, İ. ve Günlü, E. (2010), “The Agri-tourism Potential of the Aegean Region”, *EuroChire Amsterdam Conference: Passion for Hospitality Excellence*, Amsterdam, Hollanda. October, 25 th – 28th.
- İpar, M. S. ve Tırıl, A. (2014). “Sinop ilinin kırsal turizm potansiyeli ve geliştirilmesine yönelik öneriler”, *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi*, 7 (2), ss.45-54.
- Kaşlı, M., İlban, M.O. ve Ekici, A. (2014). *Kandıra Turizm Master Planı 2015-2023*, Kandıra Kıyı Bandı Kültür ve Turizm Koruma ve Gelişim Bölgesi Birliği, Kandıra, ss.187-188.
- Kernel, P. (2005). “Creating and implementing a model for sustainable development in tourism enterprises”, *Journal Cleaner Production*, Elsevier, Vol.13, Issue 2, January 2005, ss. 151-164.
- Köroğlu, A. ve Köroğlu, Ö. (2006). “Kırsal turizmin yöre kalkınmasındaki rolü: buldan yöresi kırsal turizm potansiyeli”, *Buldan Sempozyumu Bildiri Kitabı*. Cilt 1.ss.233–242, Denizli.
- Lane B. (2005). “Sustainable rural tourism strategies: A tool for development and conservation”, RIAT Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. Vol.1, número 1, *Interamerican Journal of Environment and Tourism*, ss.12-18.
- Liu, A., (2006). “Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia”, *Tourism Management*, 27, ss. 878-889.
- Met, Ö. (2012). “Turizm ile yöresel gelişme: Sinop için bir turizm gelişim stratejisi önerisi”. *Karadeniz Araştırmaları*, Yaz, Sayı 34, ss. 163-179.
- Navarro M., M., Pedraja M. and Vinzón M.I., 2015. *Sustainability indicators of rural tourism from the perspective of the rresidents*, *Tourism Geographies*, 17:4, ss. 586-602.
- Orams, M. B. (1995). “Towards a more desirable form of eco-tourism”, *Tourism Mangement*, Vol.16, Number 1, February.
- Roberts, L. and Hall, D. (2003). *Rural tourism and recreation: principles to practice*. CABI Publishing. UK.
- Ross, S. and Wall, G. (1999). “Ecotourism: towards congruence between theory and practice”, *Tourism Management* 20, ss. 123-132.
- Saxena, G., Clark, G., Oliver, T. and Ilbery, B. (2007). “Conceptualizing integrated rural tourism”, *Tourism Geographies*, Vol.9, No. 4, ss. 347–370.

Sharpley, R. (2007). “Flagship attractions and sustainable rural tourism development: The case of the Alnwick Garden, England”, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), ss. 125-143.

Soykan, F.. (2003). “Kırsal turizm ve Türkiye turizmi için önemi”, *Ege Coğrafya Dergisi*, No: 12, İzmir, ss.1-11.

Tew, C. and Barbieri, C. (2012). “The perceived benefits of agritourism: the provider’s perspective”, *Tourism Management*, 33 (1), ss. 215-224.

Torres, R. (2003). “Linkages between tourism and agriculture in Mexico”, *Annals of Tourism Research*, Vol.30, No. 3, ss.546-566.

Ün, E., Tutar, F., Tutar, E. ve Erkan, Ç. (2012). “Ekonomik kalkınmada kırsal turizmin rolü: Türkiye örneği”. in *International Conference on Eurasian Economies*, Almaty – Kazakhstan, 11-13 October, ss.. 345-350.

Üzümcü, T.P., Çelik, A., Otar, S. ve Hacıoğlu, A. (2015). “Kırsal alanların sürdürülebilir kırsal turizm amaçlı kullanılması Kocaeli-Kandıra Örneği”, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, International Journal of Social and Economic Sciences*, 5 (2): ss. 92-102.

Wilson, S., Fesenmaier, D.R., Fesenmaier, J. and Van Es, J.C. (2001). “Factors for success in rural tourism development”, *Journal of Travel Research*, Vol.40, November, ss.132-138.

Yang, Z., Cai, J. and Sliuzas, R. (2010). “Agro-tourism enterprises as a form of multi-functional urban agriculture for peri-urban development in China”, *Habitat International*, Vol.34, Issue 4, October, ss.374–385.

#### **İnternet kaynakları**

<http://www.ecotourism.org/what-is-ecotourism> , erişim: 19.05.2013).

[http://www.nufusu.com/ilce/kandira\\_kocaeli-nufusu](http://www.nufusu.com/ilce/kandira_kocaeli-nufusu) , erişim: 21.02.2016.

[http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21507\\_](http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21507_), erişim:10.04.2016.

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21507>, erişim:06.02.2017

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24638>, erişim:25.05.2017.



## SAKİN ADA GÖKÇEADA ÖRNEĞİNDE EKOTURİZM

### ECOTOURISM IN THE CASE OF SLOW ISLAND GOKCEADA

Erkan BİL\* Fatma YILMAZ\*\*

**ÖZET:** Turizm kavramı bir yerin doğal güzelliklerini görmek, tarihini tanımak bunların yanında da dinlenmek ve eğlenmek amacıyla gerçekleştirilen bir gezidir. Doğa temelli bir turizm çeşidi olarak bilinmekte olan ekoturizm ise çevreye ve kaynaklarına zarar vermeyen, doğal çevreyi ve doğayı tahrip etmeyen, kullanılmakta olan doğal kaynakların doğru işletilmesine ve sürekli olarak korunmasına katkı sağlayan bir turizm türü olarak ifade edilmektedir. Ekoturizm çeşidi, UNEP'in (Birleşmiş Milletler Çevre Programı) gerçekleştirmiş olduğu araştırmaya göre, son zamanlarda hızla büyümekte olan turizm türlerinden birisidir. Bu çalışmada ekoturizme yönelik olarak çeşitli bilgilerin verilmesinin ardından Gökçeada'nın ekoturizm açısından önemli, doğa sporlarına yönelik arz kaynakları incelenmiştir. Gökçeada, doğal yapısı nedeniyle birçok sportif aktiviteye ev sahipliği yapmaktadır. Bazı sporlar için tüm dünyada eşi bulunmaz doğal koşullara sahiptir: Doğa yürüyüşü, kit surf, surf, bisiklet, kamping, su altı dalışları, yüzme, kros gibi sportif faaliyetler bunların başında gelmektedir. Gerçekleştirilen çalışma ikincil verilerden faydalanılarak yürütülmüştür. Çalışmanın sonucunda mevcut yörede sosyo-kültürel, ekolojik ve coğrafi açıdan ekoturizme kaynak oluşturmakta olan önemli ve çeşitli değerler bulunduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar sözcükler:** ekoturizm, doğa turizmi, Gökçeada, sakin ada

**ABSTRACT:** Tourism is the trip to a place to have fun and rest besides learning the history and seeing natural beauty of it. Nature induced ecotourism, on the other hand, is defined as a type of tourism that neither destructs the natural environment nor harms the environmental resources, conversely, it contributes to the protection of the resources and their employment. According to UNEP (United Nations Information Centre) research, ecotourism is one of the fastest growing type of tourism today. In this study, information about ecotourism was supplied and ecotourism potential sources of Gokceada were examined. Gokceada is home to many sport activities due to its natural structure. The natural conditions it offers for some specific sports cannot be found anywhere in the world: Trekking, kite surfing, surfing, biking, camping, scuba diving, swimming and cross-country are some them. The study was conducted on data obtained from secondary data sources. The results showed that there are resources in the region that contribute to ecotourism in terms of geographical, ecological and socio-cultural points.

**Keywords:** ecotourism, nature tourism, Gökçeada, slow island

## 1. GİRİŞ

Turizm dünyada en büyük kitle hareketlerinden ve insana has sosyal bir olgudur. Kişiler parasal kazanç olayı gütmenden birikimlerini turizm amaçlı harcayabildiklerinden turizm önemli bir tüketim aracı sayılabilmektedir. Ekoturizm faaliyeti ise doğa kaynaklı gerçekleşmektedir. Ekoturizm de turistler ekoturizm faaliyetinin gerçekleşmekte olduğu yöredeki halk ile doğa içerisinde konforun yerine temiz ve doğal servislerin bulunduğu egzotik ve güvenli alanlarda ortaklaşa yaşamayı seçmektedirler. Ekoturistler sosyal ve ekonomik hedeflerden çok ekolojik hedefler üzerinde durmaktadırlar. Günümüzde doğallık ve doğa kişilere sunulan bir çekicilik haline almaktadır (Morgül, 2014: 28). Uluslararası Doğa Koruma Birliği (IUCN)'nin yapmış olduğu tanım doğrultusunda ekoturizm, kültürel ve ayrıca doğal kaynakları korumayı destekleyen, yerel halka sosyo-ekonomik fayda sağlayabilen, düşük ziyaretçi etkisi olan, el

\* Öğr. Gör. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Gökçeada MYO, Çanakkale – Türkiye, erkan\_bil@yahoo.com

\*\* Öğr. Gör. Erzincan Üniversitesi, Üzümlü MYO, Erzincan – Türkiye, ffatmaayilmaz@gmail.com

değmemiş doğa alanlarına çevresel yönden yapılan ziyaretlerdir. Aynı topluluğun yaptığı farklı bir tanımda ekoturizm; eğlenmek, doğayı ve kültürel kaynakları anlayarak korumayı desteklemek ve düşük turist etkisi olan bir turizm türü olarak ifade edilmiştir (Turizm Terimler Sözlüğü, 1999: 66; Külekçi ve Bulut, 2013: 2). Ekoturizm, yerleşmiş toplulukların varlıklarına saygılı, bütünlüğüne, eko sistemin korunmasına katkı sağlayarak ve ekosistem ile uyumlu yürütülen ve sorumluluk gerektirmekte olan ve doğa temelli bir seyahat deneyimidir. Ekoturizm, ekonomik, tarihsel ve çeşitli kültürel beklentileri içermektedir. Geleneksel anlamda deniz, güneş, gezme-görme alanları, turistik destinasyonların kültürel ve doğal yapısını koruyacak programlar ve faaliyetler ziyaret edenlerin beklenti ve isteklerini karşılayabilecek gelişme planları ile desteklenmekte olan turistik duraklar ekoturizmin bir parçası haline gelmişlerdir (Özbey, 2002: 69-70). Ekoturizm yaklaşımı doğal kaynakların ekolojik olarak korunmasının yanında yerel halkın da fayda sağladığının da fark edilmesi adına akılcı bir yöntemdir (Wu et.al., 2015: 2695)

Dünya Turizm Örgütü Ekoturizmi; “doğayı ve kültürel kaynakları anlayarak korumayı destekleyen, düşük ziyaretçi etkisi olan ve yerel halka sosyo-ekonomik fayda sağlayan bozulmamış doğal alanlara çevresel açıdan sorumlu seyahat ve ziyaret” şeklinde tanımlamaktadır. Kırsal alanlarda tarihi ve doğal cazibelerin belirli oranlarda bulunduğu yerlerde temel ekonomik uğraşı tarımdan oluşan ve bu yöredekilerin tarımsal uğraşlarını devam ettirmekle beraber ziyaretçi konaklatabilmeleri şeklinde yön verilerek küçük turizm işletmeciliği yapmaları sağlanarak ekoturizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi hedeflenmektedir (Sezen vd., 2011: 55). Uluslararası Ekoturizm Topluluğu’na (TIES) göre; “ekoturizm, çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözetken, doğal alanlara karşı duyarlı seyahat”dir (Akay, 2012: 115). Farklı bir tanıma göre ekoturizm, doğa alanlarına gerçekleştirilen, doğal çevreyi ve biyolojik farklılığı koruyan, doğal çevreyle etki içinde bulunarak kendine has kültürleri bulunan yöre insanlarını ve kültürlerini bilmeyi amaçlayan, kişilerin ekonomik ve sosyal refahını arttıran, küçük işletmelerce küçük turist gruplarına hizmet vermekte olan bir turizm türüdür (Karademir vd., 2013: 431).

Ekoturizm kavramının tanımı üzerine olmasa da temel özellikleri üzerinde fikir birliği bulunmaktadır. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilmektedir (Yücel, 2002: 41);

- Biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunmaktadır,
- Doğa temellidir (turistler doğal ortamdaki geleneksel, kültürel ve doğal unsurları gözlemlemekte ve anlamaya çalışmaktadırlar),
- Yerel toplumların refahı desteklenmektedir,
- Olumsuz çevre etkilerinin, kültürel ve sosyal etkilerin minimuma indirilmesi amacıyla yapılacak aktivite ve faaliyetler hem yerel halkın hem de ziyaretçilerin sorumluluğunda düzenlenmektedir,
- Yenilenemeyen kaynakların en az kullanımını gerektirmektedir,
- Yerel topluma ve yerel halka yönelik istihdam imkânlarının üretilmesini öngörülmektedir.

Genel olarak bakıldığında doğal ve kültürel varlıkların korunduğu, çevreye duyarlı, bölge halkının ve kültürünün dikkate alındığı, bölge halkının ayrıca turizmden gelir elde ettiği turizm faaliyetleri-nin önemi gün geçtikçe artmaktadır (Apalı, 2015: 113). Ekoturizmin faaliyet alanının gelenek ve kültür bütünlüğünün ayrıca doğal kaynakların sağlandığı doğal yerler olduğu söylenebilmektedir. Bu nedenle bakir, dokunulmamış doğada meydana gelen bütün turizm türleri ekoturizm içerisine girmektedir. Ekoturizmdeki ana amaç, kitle turizminden farklı olarak ziyaretçi sayısını azaltmak ve bunun yanında turizm faaliyetlerinin yıl içerisinde farklı dönemlerde gerçekleştirebilmek, doğaya verilen zararı minimuma indirmek, tahribatı düzeltmekten çok önlemeye yönelik planlar yapmak ve uzun süreli ekonomik menfaatler gözetmektir (Sezen vd., 2011: 55).

Ekoturizmi ilk kez kullanan Hetzer bu alanda dört ana disiplin belirlemiştir, bunlar; çevreye ve doğaya en az etki, yerel kültüre maksimum duyarlılık ve minimum etki, mevcut ülkeye ve



yöreye en yüksek ekonomik fayda, turistlerin en üst seviyede bu seyahatlerinden haz almasıdır (David ve Jean, 2003: 18). Ekoturizm ile ilgili yapılan tanımlar farklılaşmasına rağmen, ekoturizm, doğayı koruyan, bioçeşitliliğe katkı sağlayan, yenilenemez kaynakları kullanmayan ya da kullanımını en aza indiren, sürdürülebilir bir doğa odaklı bir turizm çeşididir. Yani turizm faaliyeti ile doğal çevreyi bağdaştıran, sorumlu insan bilinciyle hareket edip doğal çevrenin olumsuz etkilenmesine izin vermeme esasına dayalı bir bakış açısına sahip turizm faaliyetidir (Apalı, 2015: 113). Ekoturizm sürdürülebilirlik kavramıyla beraber gündeme gelen ve popüler olan bir kavramdır. Ekoturizm, çevre duyarlılığı bulunan ve doğaseverler ziyaretçilerin faaliyet ve eylemlerinden daha geniş bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Sezen vd., 2011:55).

## 2. YÖNTEM

Çalışmada ilk olarak ekoturizme ilişkin kaynak taraması gerçekleştirilmiş ardından mevcut çalışma için seçilen Gökçeada'nın doğa sporlarına ve doğal güzelliklerine ait çeşitli özellikleri ekoturizm açısından incelenmiştir. Gökçeada'nın ekoturizm potansiyeli ortaya konulmaya çalışılmış ve bu yaklaşım çevresinde ekoturizm kaynaklarının geliştirilmesi üzerine bir takım öneriler sunulmuştur. Bu araştırmanın genel amacı; Gökçeada ilçesinin potansiyel ekoturizm kaynak ve faaliyetlerini belirlemek ve bunların turistik amaçlar ile kullanılabilirliğini değerlendirmektir. Araştırma, ilçenin ekoturizmi hakkında fikir vermesi, turizmine sağlayacağı katkıların ortaya konması ekoturizm kaynaklarının geliştirilmesi, ekoturizmin bölge halkına katkıları sağlaması ve bu hususlarda çözüm önerileri getirmesi yönünden önem arz etmektedir. Çanakkale'ye bağlı bir ilçe olan Gökçeada da nüfusun en fazla olduğu yer ilçe merkezidir.

Gökçeada, (İmroz) Çanakkale iline bağlı, yaklaşık 289 km<sup>2</sup>'lik yüz ölçümü ve 92 km. kıyı uzunluğu ile yurdumuzun en büyük adası konumundadır. Çanakkale iline 32 mil uzaklıkta, Kabatepe'ye 14 mil uzaklıkta, Yunan adası olan Semadirek adasına 14 mil ve Limni adasına ise 16 mil mesafededir. Batısında yer alan İnceburun (Avlaka Burnu) ile doğusunda yer alan Aydınçık Burnu (Kefalos Burnu) arasında uzunluk 30 kilometredir. Kuzeyden güneye eni ise 13 kilometre civarındadır. İnceburun ayrıca Türkiye'nin batıda yer alan en uç noktası konumundadır. Eski ismi İmroz olarak bilinen Gökçeada, alçak sırt ve tepelerden oluşmaktadır. 673 metre ile Doruktepe Gökçeada'nın en yüksek noktası, 638 metre ile Ulukaya Tepesi ise ikinci en yüksek noktasıdır (Yaşar, 2006: 2).



Şekil 1. Gökçeada'nın Coğrafi Konumu

**Kaynak:** <http://visitgokceada.com/tr/> (ET: 25/12/2016).

Gökçeada ilçesinde yıllarca mevcut kaynakların akıllıca kullanılması, doğal güzelliklerin korunmuş olması ada doğa mirası listesinde yer almasını sağlamıştır. Ulaşım, tarım, yapılaşma ve baraj politikaları geliştirilirken, kaynakların sürdürülebilir olması ve doğal güzelliklerin korunmasına da özen gösterilmiştir. 1.Derecede Kalkınmada Öncelikli Yöre kapsamına 1995 yılında alınan ada arazisinin % 11'lik kısmı ovalardan, % 12'lik kısmı engebeli alanlardan ve kalan % 77'lik kısmı da dağlık alanlardan oluşmaktadır (<http://visitgokceada.com/tr/ada-dogasi/>). Gökçeada coğrafi yapısı ile çevredeki adalardan farklılık göstermektedir. Semadirek adası tek bir dağdan oluşurken Limni adası tek bir ovadan oluşmaktadır, Gökçeada ise engebeli bir yapıda ve volkanik kütlelerden oluşmuş ayrıca birbiri ardına sıralanan tepelerden ve ovalardan meydana gelmektedir (Şengül vd., 2014: 43). İl Toprak Envanter Raporları incelendiğinde 1938 Amerikan toprak sınıflaması sisteminde kullanılan büyük grup toprak sınıflamasına göre Gökçeada'da çeşitli büyük toprak gruplarının olduğu görülmüştür. 1938 sınıflama sisteminde 3 ordo bulunmaktadır. Ordolar; zonal, intrazonal ve azonal olup zonal ve intrazonal ordolarının alt ordoları bulunmaktadır. Zonal ordosunda kireçsiz kahverengi topraklar, intrazonal ordosunda kahverengi orman toprakları ve azonal topraklardan alüvyal ve kolüvyal büyük toprak grupları bulunmaktadır (Cengiz vd., 2009: 24). Gökçeada'nın doğal bitki örtüsü yüksek arazilerde fundalıklar, kızılçam ormanları, meşe, kocayemiş, zeytin, böğürtlen, ılgın, geven, ahlata, kekik ve maki topluluklarından oluşmaktadır. Daha alçaklarda dikenler, doğal çayır otlakları ve birçok otsu bitkiden meydana gelen mera alanları bulunmaktadır. doğal özellikleri açısından özellikle Gökçeada'nın kuzey ve orta kesimleri bakir bir yapıdadır (Atabay vd., 2001: 49). Türk Deniz Araştırmaları Vakfı (TÜDAV) tarafından adanın kara ve deniz alanları için ön fauna-flora envanteri oluşturulmuştur. Bu çalışmaya göre 180 farklı tür deniz canlısı tespit edilmiş olup özellikle adanın kuzey tarafında deniz canlıları için zengin bir ortam olduğu belirlenmiştir. Bu bölgede beş mağarada Akdeniz foklarının yaşadığı tespit edilmiştir.

Türkiye'deki ilk su altı parkı da Gökçeada da yer almaktadır. Adada en yaygını Anadolu sincabı olan 19 memeli türünün yaşadığı saptanmıştır. Flamingolar da Gökçeada da sık sık rastlanmaktadır (Öztürk, 2001: 1-8).



Şekil 2: Gökçeada Doğası

Kaynak: <http://visitgokceada.com/tr/> (ET: 25/12/2016).

### 3.BULGULAR

Günümüzde birçok şeyin bir tüketim halini almakta olup yerel kültürün, coğrafyanın ve doğanın turizm olarak tahrip ve yok edildiği görülmektedir buna rağmen Gökçeada sessiz ve sakin bir şekilde; organik tarımla, ekolojik değerlerle, doğa ile iç içe olan mimari dokusuyla ekoturizmi keşfetmiştir. Hayvancılık ve organik tarımda pilot bölge seçilmiş olması, yörelerin gelişiminin kültürel ve doğal değerlerini tehdit etmeyen bir felsefeyi içeren CittaSlow (Sakin Şehirler) ağına dahil olması, Gökçeada'nın geleceği için önemli fikirler verdiği söylenebilir (<http://www.arkitera.com/gorus/610/gokceada>) (ET: 25/12/2016). Citta Slow kavramı, nüfus büyüklüğü 50.000'nin üzerinde olmadığı kentlerin üye olabildiği, kentlerin tarihsel kimliklerini, kendi gelenek, göreneklerini, yemeklerini vb. değerlerini korumalarını ifade eden bir birliktir. Citta Slow felsefesi ayrıca kentlerin kendilerini analiz etmelerini, hangi alanlarda güçlü ve zayıf olduklarını belirlemelerini, mevcut şartlar çevresinde bir strateji ve plan geliştirebilmelerini de teşvik etmektedir. Citta Slow ağı, küreselleşme olgusunun şehirlerde yaşayan kişilerin yaşam tarzlarının, şehirlerin dokusunun standartlaştırmasını engellemek ve yerel özelliklerini ortadan kaldırmasının önüne geçebilmek için Slow Food hareketinden ortaya çıkan bir kentler birliğidir. Citta Slow küreselleşmenin ortaya çıkardığı homojen yerlerden biri olmak istemeyen, yerel özelliğini ve kimliğini koruyarak farklılık yaratan j-kent ve kasabaların katıldıkları bir birliktir (Yıldırım ve Karaahmet, 2013: 15-16).

Gökçeada doğal yapısı ve konumu ile pek çok sportif faaliyete ev sahipliği yapmaktadır.

Bir takım sporlar aktiviteleri için dünyada eşine rastlanmayan doğal koşullara imkân vermektedir; doğa yürüyüşü, bisiklet binme, rüzgar sörfü, uçurtma sörfü, su altı dalışları, kamp gibi sportif faaliyetler bunların başında gelmektedir

### 3.1. Doğa Yürüyüşü (Trekking & Hiking )

Kökeni İngilizce olan trekking kavramı, doğada yapılmakta olan yürüyüşlere verilen genel bir isimdir. Patika takibi, yük hayvanları ve motorsuz araçlarla gerçekleştirilen iz sürme, dağ ve doğa yürüyüşleri ve geçişleridir. Konforlu olduğu söylenemeyen ve bir eğlence turu olmayan trekking spora dayalı olup bir takım zorlukları da içermektedir (Sezen ve Yılmaz, 2011: 60). Gökçeada doğa yürüyüşü açısından son derece elverişli bir araziye sahiptir. Doğa yürüyüşünün yapılabileceği 11 tane yürüyüş parkurları belirlenmiştir.



Şekil 3: Yürüyüş (Trekking) Güzergâhları

**Kaynak:** <http://visitgokceada.com/tr/> (ET: 25/12/2016).

Onbir yürüyüş parkuru olmasına karşın mevcut çalışmada bunlardan örnek olarak bir tanesi açıklanacaktır. Yürüyüş parkurlarından birini İsa Tepesi güneybirlik yürüyüş parkuru oluşturmaktadır. Uğurlu Kasabası'nın kuzey – kuzeybatı yönünde yer alan İsa Tepesi, adanın batı yönünü gören, manzarası son derece etkileyici olan bir parkurdur. İsa Tepesi rotasının zorluk derecesi 2, uzunluğu 1.46 km., tahmini süresi 1 saat 30 dakikadır. Geven ve taşlardan oluşan kısa bir parkurdur.



Şekil 4: İsa Tepesi

**Kaynak:** <http://visitgokceada.com/tr/> (ET: 25/12/2016).

### 3.2. Bisiklet Binme (Cycling)

Tüm dünyada bisiklete binmek oldukça yaygın bir spor haline gelmiştir. Bisiklet yollarının bulunmaması ve bisiklete binen kişilere gösterilen saygının çok az olması şehirlerde bisiklete binmeyi güçleştirmektedir. Bunun sonucunda da kişiler kapalı alanlarda bisiklete binmeyi veya trafiğin olmadığı yerlerde bisiklete binmeye tercih etmektedirler. Fakat özellikle yurt dışında kullanımı yaygın olan bisiklet sürüşü son yıllarda ülkemizde de giderek artmaktadır. Gökçeada arazisi nedeniyle bisiklet sürüşüne elverişli rotalara sahiptir. Gökçeada da bisiklet sürüşünün yapıldığı rotalar belirlenmiştir.



Şekil 5: Bisiklet Binme (Cycling) Güzergâhları

**Kaynak:** <http://visitgokceada.com/tr/> (ET: 25/12/2016).

Belirlenen rotalardan biri: (Merkez>Yıldızköy> Kaleköy> Merkez) rotasıdır. Uzunluğu 11 km.'dir. Yeni başlayanlar için uygun bir rotadır. 10 üzerinden 2 zorluk derecesine sahiptir. Merkezdən Yukarı Kaleköy ayrımına kadar asfalt yol, ayrımdan sonra 800 m. dik rampa, Arnavut kaldırımı döşeli zemin gelir. Yol üzerinde çeşme yoktur. Su için market vardır. Görülmesi gereken yerler; Poseidon Terası, Mustafa'nın Kayfesi, Sabun Atölyesi, Kale, Yıldız Köyü'dür (<http://visitgokceada.com/tr/aktiviteler/bisiklet-01/>) (ET: 25/12/2016).

### 3.3. Rüzgar Sörfü (Windsurf)

Gökçeada, nisan ayından başlayarak Ekim ayına kadar devam eden ve rüzgar sörfü açısından çok önemli bir durum olan rüzgar sezonu nedeniyle, bu turizm faaliyeti için inanılmaz fırsatlar sunmaktadır. Kefaloz sörf tutkunları içinde son derece uygun koşullar sunmaktadır. Sert rüzgarlara rağmen Aydıncık Burnu sayesinde kaba dalgaların olmaması rüzgar sörfü meraklılarını buraya çekmektedir. Gökçeada kuzey-güney yönünde esen ve Paros, Rodos ve Naksoz gibi Ege adalarının üzerinden geçen rüzgar koridorları üzerinde bulunmaktadır. Rüzgar şiddeti 4-5 beafort (11-16,17-27 deniz mili) civarındadır. Gökçeada'da rüzgar homojen ve bütün yıla yayılmış bir özellik göstermektedir. Gökçeada'daki rüzgar sörfüne elverişli olan gün sayısı yaklaşık 300 civarındadır. Rüzgar sörfü, birçok özel koşulun aynı yerde ve aynı anda bulunması halinde gerçekleştirilebilecek olan bir spor dalıdır. Bu özel koşullar şu şekilde özetlenebilir:

- a)Kumsal ve deniz
- b)Deniz yüzeyinden 10 m. yükseklikte yıl boyu belli bir açıdan esen sürekli rüzgar
- c)Rüzgarlı fakat sakin deniz
- d)Yeni başlayacaklar için sığ olan bir deniz
- e)Profesyoneller için rüzgarlı ve dalgalı bir kumsal.

Gökçeada Aydıncık Körfezi, Tuzgölü-Ege Denizi arasındaki koridor Avrupa'nın çok önemli bir rüzgar sörfü noktası olmaya aday bir konumdadır. Kuzeydoğudan ve kuzeyden esmekte olan rüzgar Aydıncık Körfezi üzerinde bir dalga oluşturmaktadır. Bu durum profesyonel sörfçüler için oldukça az bulunan bir fırsat oluşturmaktadır. Adanın güney sahili kuzey kesimden sürekli rüzgar almaktadır fakat deniz ise sakindir. Altın kumsal olarak da anılan Aydıncık plajı geniş rüzgar sörfü imkanları sunmaktadır (Çavuşoğlu, 2008: 137-138).



Şekil 6: Rüzgar Sörfü (Windsurf)

**Kaynak:** <http://www.surfgokceada.com> (ET: 22. 12. 2016).

### 3.4. Kitesurf (Uçurtma Sörfü)

Yelken-paraşüt birleşimi bir uçurtma olan Kitesurfing (kiteboarding) ip, kontrol barı, ve board'dan oluşmaktadır. Paraşütü andırmakta olan bu uçurtmanın kontrolü, bar ismi verilen bir kontrol çubuğu ile sağlanmaktadır. Board ise uçurtmayı yönlendirmeyi ve su üzerinde kaymayı sağlamaktadır (Demirkan vd., 2006: 31-33). Yılın 360 gününü rüzgarlı olarak geçiren Gökçeada sörf tutkunlarının vazgeçilmez mekanlarından biridir. Aydıncık ve Kefalos Plajları paraşüt sörfü (kitesurf) için idealdir. Rüzgarın durumuna göre her seviyede seyir yapmak mümkündür. Özellikle Kefalos tarafı, hafif dalgalı paraşüt sörfü için son derece uygundur. Funboard'cular için de uygun seyir alanları mevcuttur. Mayıs – Eylül döneminde yaklaşık 100 gün hava açıktır. Gökçeada sayılı paraşüt sörfü merkezleri arasındadır. Adanın Temmuz, Ağustos, Eylül aylarında hakim rüzgar; kuzey, kuzey-doğu yönünde esen Poyraz'dır. Maksimum hızı 4,5 – 5 m/sn.'ye ulaşmaktadır (<http://visitgokceada.com/tr/aktiviteler/kitesurf/>) (ET: 25.12.2016). Yıl boyunca kesintisiz karadan esen rüzgârlar denizde dalga yaratmadan yelkenleri doldurmaktadır. Bu sörfçüler için en ideal ve zor bulunan bir ortam olma özelliği göstermektedir. Gökçeada kendine özgü coğrafi yapısı ve rüzgarlı iklimi sayesinde yalnızca Türkiye'nin değil dünyanın önde gelen sörf merkezlerinden biri olmaya adaydır (<http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-gokceada/>) (ET: 25.12.2016).



*Şekil 7: Kefalos: Windsurf*

**Kaynak:** <http://www.surfgokceada.com> (ET: 25/12/2016).

### 3.5. Scuba Diving (Dalış)

Geçmişte ilk dalışın yapıldığı tarih tam olarak bilinmese de milattan önceye dayandığını söylemek mümkündür. Önceleri inci çıkarmak için dalış yapılmakta iken daha sonraları deniz

savaşlarının yaşanması ile askeri amaçlı dalışlar yapmışlardır.

Scuba diving adı verilen dalış sporuna ve su altına duyulan ilginin artmasıyla birlikte Türkiye'nin dört bir yanındaki su altı meraklıları da dalış merkezlerini keşfetmeye başlamışlardır. Su altında vahşi yaşamdan resiflere, antik çağaların batıklarından meteor çukurlarına kadar keşfedilecek çok şey vardır. Gökçeada da Scuba Diving için temiz bir denize ve keşfedilmeyi bekleyen binbir çeşit deniz canlısına sahiptir. Bu nedenle Gökçeada da Scuba Diving yapımına elverişli dalış rotaları belirlenmiştir (<http://visitgokceada.com/tr/aktiviteler/squba-diving/>) (ET: 25.12.2016).



Şekil 8: Dalış (Scuba Diving) Güzergahları

**Kaynak:** <http://visitgokceada.com/tr/> (ET: 25/12/2016).

Belirlenen rotalardan biri, Yıldız Taşları, Sualtı Deniz Parkı'dır. Bu dalış noktası en yakın kıyıya yaklaşık 100 m. açıkta bulunur. Dalış çapa ipinden inilerek yapılır. Derinlik 24 m. ile 27 m. arasındadır. Dip yapısı bir sıra set şeklindeki kayalardan oluşmaktadır, kaya etrafları ise kumluktur. Bu kayalardaki kovuklar ise birçok canlıyı bir arada barındırmaktadır. Mıgır ve müren balıklarını beraber görebileceğiniz ender dalış noktalarından birisi Yıldız Taşları'dır. Böcek ve deniztavşanlarının bolca bulunması sualtı fotoğrafçılığı için uygundur. Yine bu dalış noktasında eski bir çapa ve büyük bir Bizans amforası görmek mümkündür. Dalış tekne ve bot ile yapılmaktadır. Kaleköy Limanı'ndan ulaşım botla 5 dakika, Kuzu Limanı'ndan ise 20 dakikalık bir mesafededir. Bölge deniz parkı olması nedeniyle her türlü avcılığa kapalıdır (<http://visitgokceada.com/tr/aktiviteler/squba-diving/>) (ET: 25/12/2016).







Şekil 9: Gökçeada Dalış Aktivitesi

**Kaynak:** <http://visitgokceada.com/tr/> (ET: 25/12/2016).

### 3.6. Kuş Gözlemciliği

Kuş gözlemciliği; kuşların dünyasından doğayı tanımayı sağlamakta olan bir gözlem sporudur. Her türlü yaşam ortamında bulunan kuşlar sağlıklı bir çevre ve doğanın da en iyi göstergesi durumundadır. Kuş gözlemcilerinin seçtiği alanlar mevsimlere göre farklılık göstermektedir; kimi zaman bir orman, düz bir bozkır, sulak bir alan, kimi zamanda kentin ortasındaki bir meydan olabilmektedir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek 2006). Yörede su ve bitki çeşitliliğinin sonucunda birçok kuş çeşidi bulunmaktadır. Gökçeada kuş gözlemciliği için eşine az rastlanır fırsatlar sunmaktadır. Adada 16 takım ve 41 familyaya dahil toplam 143 farklı kuş türünün bulunduğu belirlenmiştir. Gökçeada'da görülen kuş türleri, Türkiye kuş faunasının (473 tür) yaklaşık %30'luk kısmını oluşturmaktadır. 63 tür kuş, yıl boyunca adada gözlemlenebilir. 55 tür yaz göçmeni, 15 tür kış göçmeni ve 10 tür transit göçmendir. IUCN kriterlerine göre 138'i düşük riskli, 2'si duyarlı, 3'ü de tehlide yakın sınıftadır (Tok ve Özkan, 2014: 130). Flamingoların göç yolları üzerinde bulunan Gökçeada her sene ilkbahar ve sonbahar aylarında hareketlenmektedir. Flamingoların adadaki varlığı dünyanın birçok yerinden kuş gözlemciliği yapmak isteyen turistleri buraya çekmektedir (<http://visitgokceada.com/tr/aktiviteler/kus-gozlemciligi/>) (ET: 25.12.2016).





*Şekil 10: Aydınçık, Tuz Gölü, Flemingolar*

**Kaynak:** <http://visitgokceada.com/tr/> (ET: 25/12/2016).

### 3.7. Kampçılık

Zorluklar ile dolu olmasına karşın zevkli bir uğraş olan kampçılık doğa severler tarafından gerçekleştirilen bir aktivitedir. Kampçılığın ana kuralı doğaya ve çevreye saygı duymaktır. Doğa ve çevrenin korunması karşısında insanoğlunun rahatı ve konforu ikinci planda tutulmaktadır. Kamp yapılırken dikkat edilmesi gereken önemli nokta çevreye ve doğaya minimum zararın verilmesidir. Alternatif turizm olanakları arasında, her tür gelir grubundan kişiye hitap eden doğa dostu kamp turizmi, tüm dünyada giderek önem kazanmaktadır. Gökçeada kamping için son derece uygun koşullara sahip bir adadır. Özellikle Aydınçık sahili ve Yıldızkoy kampçılar için son derece cazip mekanlardır (<http://visitgokceada.com/tr/aktiviteler/kampcilik/>) (25.12.2016).





Şekil 11: Gökçeada Kamp Alanları

**Kaynak:** <http://visitgokceada.com/tr/> (ET: 25/12/2016).

#### 4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Ekoturizm aslında modernleşme neticesinde ortaya modernleşmeyle birlikte kentleşmenin hızla yükselişi insan ilişkilerinde ve insanlarda bir takım değişimleri ve yorgunlukları beraberinde getirmiştir. Bununla birlikte sadece deniz, kum, güneş yani sahil turizmi ile tatmin olmama durumuyla karşı karşıya kalmışlardır. Bu ise insanların farklı aktivite alanı olan ekoturizme doğru kaymalarının sağlamıştır. Genellikle orta ve üst gelir gruplarının tercih ettiği ekoturizm, bir turistteki beğeni anlayışını değiştiren, koruma ve sorumluluk duygusu ile hareket etmeyi sağlayan insanlarda uygun davranışlar geliştiren, yerel ekonomiye katkı sağlayan bir turizm çeşididir (Apalı, 2015: 113). Gökçeada modernleşmeden uzak olarak el değmemiş koyları, doğa ile iç içe mimari dokusuyla birçok turistin ilgi odağı haline gelmektedir. Adanın %52'lik bir bölümünün sit alanı olması sebebiyle yapılacak mimari projelerin yerel dokuya ve ortama uygun olarak gerçekleşmesi ile yapılaşma kontrol altında tutulmaktadır.

2002 yılından bu yana Gökçeada'da çeşitli organik tarım faaliyetleri gerçekleştirilmektedir. Özellikle 2008'den itibaren uygulanmakta olan organik tarım ürün ve faaliyetleri ile ziyaretçilerine doğal imkanlar sunmaktadır. Gökçeada 2011 yılında haziran ayında almış olduğu 'Cittaslow' unvanıyla dünya genelinde ilk ve tek sakin ada olma özelliği göstermektedir. Organik ada ve sakin ada olması nedeniyle birçok ekoturisti kendine çekmektedir. Aynı zamanda "cittaslow" olma durumu iyi bir ekoturizm modeli olarak kabul edilmektedir.

Ekoturizm faaliyeti çevre ve doğa dostu amaçları içeriyor olsa da doğru yönetilemediğinde bir takım olumsuz etkileri de olabilmektedir. Ekoturizmin olumsuz yönleri içerisinde oluşabilecek aşırı kalabalığın yaratacağı tehditler, ormanların tahrip edilmesi, erozyon, artacak ulaşım olanaklarının ve inşaat faaliyetlerinin yaratacağı tahribat, kıt kaynaklar için artacak rekabet ortamı sayılabilmektedir. Fakat oldukça basit ve sade hizmetler ile turizm faaliyetini gerçekleştirebilen ekoturistler çeşitli çevresel etkileri minimuma indirebilmektedirler. Bununla beraber ekoturizm faaliyetleri oldukça pozitif sosyal ve çevresel etkilere de beraberinde getirmektedir. Tam bu noktada sürdürülebilir turizm önem kazanmaktadır. Bu sebeple de ekoturizmin konusuna bu kadar önem verilmektedir (Yücel, 2002: 4).

Gökçeada çeşitli kültürel, coğrafi, doğal ve tarihi zenginlikleriyle; agro turizm, alternatif turizm, sağlık turizmi, su altı dalış turizmi, mağara turizmi, doğa sporları turizmi, kıyı turizmi, kuş gözlemciliği turizmi, su sporları turizmi, kültür ve tarih turizmi, kamp turizmi, mutfak turizmi ve ekoturizm gibi turizm çeşitlerinde uluslararası destinasyon olabilecek bir potansiyele sahiptir (<http://www.arkitera.com/gorus/610/gokceada>) (ET: 25.12.2016). Destinasyonlar ise ziyaretçilerin kültürel altyapıları, eğitim düzeyleri ve geçmiş turistik deneyimleri gibi bir

takım bireysel özelliklerine bağlı olarak, herhangi bir ülke şehir ada vb farklı coğrafyalara yapacakları seyahatlerde değişik deneyimler sunma özelliğinde olan turizm ürünleridir (Candrea and Hertanu, 2015: 164).

Gökçeada'da ayırt edici olarak öne çıkan ve turistlerin tercih etmesindeki değerlerin bazıları aşağıda sıralanmıştır:

- ✓ Organik tarım ürün üretiminde pilot bölge olması
- ✓ Gökçeada Sualtı Milli Parkı Türkiye'nin ilk sualtı parkı olması
- ✓ Türkiye'deki Citta Slow üyesi 11 yerleşim yerinden biri olması
- ✓ Akdeniz foku içi koruma bölgesi olması
- ✓ Tatlı su kaynakları açısından Ege Denizi'nde 1.sırada dünyada 4. sırada bulunması
- ✓ Türkiye'nin en batısında bulunması
- ✓ Türkiye'nin en büyük adası olması
- ✓ 2008 yılından itibaren sörf turnuvalarının gerçekleştirilmesi. Gökçeada'da şu an faaliyette olan 5 wind ve 2 de kite olmak üzere toplam 7 sörf okulunun bulunması. (<http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-gokceada/>) (ET: 25.12.2016).

Tüm bu değerler göz önüne alındığında ekoturizm çalışmaları yapılırken yerel işletmecilerinin ve bölgede yaşayan halkın fikirlerinin alınması önemlidir. Ekoturizm açısından tanıtım faaliyetlerinin geliştiği Gökçeada'da ekoturizm her geçen gün önemli bir turizm etkinliği haline gelmektedir. Gökçeada, sahip olduğu kültürü ve eşsiz tabiatıyla her mevsim ekoturizme açıktır konumdadır. Böylece ekoturizm faaliyetleri yılın her ayına yayılabilir bunun yanında adada yaşayan yerel halk da ekoturizm faaliyetlerine edilerek kalkındırılmaları sağlanabilecektir.

Gökçeada'da ekoturizm altyapısı oluşturulurken sürdürülebilirliğinin sağlanarak ekolojik yapının korunması koruma ve kullanma ilkesinin dikkate alınması önemlidir. Ekoturizm altyapısının sağlıklı bir şekilde oluşturulabilmesi için ise, sivil toplum örgütleri ve kamu kurumları arasında işbirliğinin sağlanması gerekmektedir.

Gökçeada'da ekoturizm faaliyetleri geliştirilirken bölge halkının görüş ve önerilerinin dikkate alınması anlamında bir anket çalışması yapılabilir.

Gökçeada'da ekoturizm faaliyetleri için bölgesel rehberler yetiştirilmelidir. Bu rehberler ekoturizm konusunda uzmanlaşmış olmalıdır.

Türkiye'nin çeşitli yerlerindeki doğa sporları ile ilgilenen dernek ve kulüplerle iletişime geçilerek Gökçeada'da yapılan ekoturizm alanları ve faaliyetleri hakkında bilgilendirici ve tanıtıcı broşürler verilebilir.

Gökçeada'da yeni tesis, sera, park vb. yapılırken doğaya ve çevreye uyumlu olarak yenilenebilir alternatif enerji kaynakları kullanılabilir.

Gökçeada'da ekoturizm faaliyetlerinde bulunmak isteyen bölge halkına devlet tarafından uygun faiz ve vadeli kredi kolaylığı sağlanmalıdır. Böylece adadaki yerli halka istihdam olanakları sağlanabilir.

Halk Eğitim Merkezi tarafından bölgede çeşitli kurslar açılabilir. Ada sakinleri mevcut kurslarda üretmiş olduklarını gelen turistlere satarak kazanç sağlayabilirler ve ülke ekonomisine katkıda bulunmuş olabilirler.

Çeşitli seyahat acentaları ile görüşülerek Gökçeada'ya günübirlik geziler yanında konaklamalı tur programlarının da yapılması sağlanabilir. Örneğin çeşitli plaj ve sörf turları düzenlenebilir.

Gökçeada'da yapılan ekoturizm planlaması ile bölgesel kalkınma artırılarak, tanıtımını sağlanacak ve bununla birlikte sürdürülebilirlik de sağlanacaktır.

Bu çalışmada Ekoturizm faaliyetlerinin sosyo-ekonomik yönünün incelenmiştir. Yapılacak yeni çalışmalarda sosyo-ekonomik yönünün yanında sosyo-kültürel yönü incelenebilir. Çünkü Gökçeada'daki Rum köylerin varlığı ve birçok Rum vatandaşın adada yaşamaya devam ediyor olması farklı kültürlerin ve toplumların birbirleriyle karşılaşması ve toplumlararası etkileşimini sağlamaktadır. Yunanistan'da yaşanan kriz nedeniyle de Rum

vatandaşlar Gökçeada'ya gelip yerleşme kararı almışlardır. Bu kararı etkileyen başka bir faktör ise; Gökçeada Rum ortaokulu ve Gökçeada Rum Lisesinin açılmış olmasıdır. Ayrıca farklı kültürleri içinde barındırmakta olan Gökçeada camiler, manastırlar, kiliseler, eski Rum evleri ile günümüz mimarisini bir arada bulundurabilmektedir.

## 5. KAYNAKLAR

- Ahişapoğlu, S. ve Çeltek, E. (2006). Sürdürülebilir kırsal turizm, *Gazi Kitabevi*, ISBN: 975-6009- 45-4.
- Akay, B. ve Zengin, B. (2012). Ekoturizm kaynaklarının geliştirilmesi: Doğu Marmara Bölgesi Örneği. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14, 23, 115-122.
- Apalı, Y. (2015). Ekoturizmin sosyolojik açıdan değerlendirilmesi ve Ardahan'ın ekoturizm potansiyeli. *Ardahan Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2, 111-124.
- Atabay, S. ve Özgül, M.D. (2001). Gökçeada örneği özelinde ekolojik temelli mekan organizasyonu. *Ulusal Ege Adaları Toplantısı*, 10-11, 48-59.
- Candrea, A. N., Herțanu, A. (2015). Developing ecotourism destinations in Romania. A case study approach. *Ulletin of the Transylvania University of Braşov Series V: Economic Sciences*, 8 (57): 163-175.
- Çavuşoğlu, M. (2008). Gökçeada rüzgar sörfü turizminin elektronik ortamda tanıtımına yönelik bir çalışma. *Gökçeada Değerleri Sempozyumu*, Çanakkale.
- David A. F. and Jean-Pierre C, (2003). *Eco-tourism*, rutledge taylor and francis group, New York, USA.
- Demirkan, M. ve Diğerleri., (2006). Spor turizmi: Gökova Körfezi'nde su sporlarına uygun anların belirlenmesine yönelik bir çalışma. 9. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi Bildiri Kitabı, Cilt:1, Muğla.
- Dikici, E. Sağır, A. (2012), Antalya'da inanç turizminin sosyolojik çözümlemesi: Demre-Myra örneği, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14, 22, 35-43.
- Karademir N., Sandal, K.E. ve Tıraş, M. (2013). Kahramanmaraş'ın ekoturizm potansiyelinin değerlendirilmesi, *3rd International Geography Symposium-Geomed*. 429-449. ISBN: 978-605-62253-8-3.
- Külekcı, A. E. ve Bulut, Y. (2013). Erzurum ili Oltu ilçesi ve yakın çevresi ekoturizm potansiyelinin swot analiz yöntemi ile belirlenmesi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 14(1): 1-12.
- Morgül, Ş. (2014). Kırklareli ilinde ekoturizm olanakları. *Electronic Journal of Vocational Colleges*. 27-38.
- Özbey, F. R. (2002). Sürdürülebilir turizm kalkınması. *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1-2, 67-84.
- Öztürk, H. 2001. "Gökçeada'nın jeomorfolojisi ve hidrojeolojik yapısı- yerleşim planlaması için önemi"; *Ulusal Ege Adaları 2001 Toplantısı Bildiriler Kitabı*, TÜDAV Yayın No: 7, Çanakkale.
- Sezen, I., Yılmaz, S., ve Külekcı A. E. (2011). Ekoturizm için öneri alanlarıyla Bayburt. *Ulusal Akdeniz Çevre ve Orman Sempozyumu*, Kahramanmaraş.
- Şengül, Ü., Tan, S., Atak, Ş., Şengül, A. B. (2014). *Türkiye Gökçeada'da yenilenebilir enerji kaynaklarının potansiyeli. Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 6, 11.
- Tok, C.V., Özkan B., Gürkan M. (2014). Gökçeada'nın karasal omurgalı hayvanları, *Gökçeada Doğa ve Kültür Varlıkları*. İstanbul: Cem Yayınevi.
- Wu, W., Zhang, X., Yang, Z., Qin, W., Wang, F. and Wang, W. (2015). Ecotourism suitability and zoning from the tourist perspective: a nature reserve case study. *Pol. J. Environ. Stud.* 24(6): 2683-269.
- Yaşar, O. (2006). Turizm coğrafyası açısından bir araştırma: Gökçeada (İmroz). *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16, 1, 1-32.
- Yıldırım, A. ve Karaahmet A. (2013). Yavaş şehir hareketinin kent imajına katkısı: ordupersembe örneğinin yerel basın üzerinden analizi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1): 11-20.
- Yücel, C. (2002). Turizmde yükselen değer: ekoturizm, *TÜRSAB Ar-Ge*.
- <http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-gokceada/> (Erişim Tarihi: 25. 12. 2016).

<http://visitgokceada.com/tr/> (Erişim Tarihi: 25. 12. 2016).

<http://www.arkitera.com/gorus/610/gokceada> (Erişim Tarihi: 25. 12. 2016).

<http://www.surfgokceada.com/wind-sorf/> (Erişim Tarihi: 22. 12. 2016).

## TÜRKİYE'DEKİ TURİZM GELİRİNİN BELİRLEYİCİLERİ VE ALTERNATİF TURİZM GELİRLERİNİN ÖNEMİ

### DETERMINANTS OF TOURISM REVENUE IN TURKEY AND THE IMPORTANCE OF ALTERNATIVE TOURISM REVENUES

Funda YURDAKUL \*\*, Gizem ÖZGENCİL\*\*\*

**ÖZET:** Turizmden elde edilen gelirin artan bir seyir izlemesi, Türkiye ekonomisi açısından çok önemlidir. Bu açıdan bakıldığında, turizm gelirleri hangi faktörlere bağlı olarak artmaktadır veya daha fazla turizm geliri elde etmek için alternatif turizm faaliyetleri kapsamında neler yapılabilir soruları karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma da, bu sorulara, ekonometrik bir analiz ile yanıt aranmaya çalışılmıştır. Bu amaçla öncelikle Türkiye ekonomisinin 2001-2014 yılları arasındaki turizm gelirinin belirleyicileri olarak, ziyaretçi sayısı, acente sayısı, yatak sayısı ve döviz kuru değişkenleri alınmıştır. Tahmin sonuçlarına göre, turizm gelirini etkileyen en önemli değişkenin ziyaretçi sayısı olduğu görülmüştür. Ziyaretçi sayısında % 1 lik artış, turizm gelirini % 0.93 artırmaktadır. Ayrıca, ziyaretçi sayısındaki 1 kişilik artış, ortalama olarak turizm gelirini 792 dolar arttırmaktadır. Aynı dönemde, 2001 ve 2008 krizlerin, turizm geliri üzerindeki etkisi de araştırılmış ve kriz dönemlerinin turizm gelirini azalttığı görülmüştür. Bununla birlikte, Türkiye'nin 2004(1)-2015(2) çeyrek dönemleri arasında, alternatif turizm amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısı ile alternatif turizmden elde edilen turizm gelirleri arasındaki ilişkilerde araştırılmıştır. Bu amaçla kurulan modellerin tahmin sonuçlarına göre, "sağlık ve tıbbi nedenlerle (sağlık turizm)" ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, ortalama olarak sağlık turizmden elde edilen turizm gelirini 962 dolar arttırırken; diğer alternatif turizm gelirleri ortalama olarak daha az artmaktadır.

**Anahtar sözcükler:** Türkiye, Turizm Geliri, Alternatif Turizm, Engle-Granger Yöntemi.

**ABSTRACT:** The existence of an upward trend in tourism revenue is very important for the Turkish economy. The most significant questions to ask in this respect include which factors directly influence an increase in tourism revenues or what can be done in the form of alternative tourism services in order to generate more tourism revenues. The present study involves an attempt to seek answers to these questions through an econometric analysis. For this aim first of all, the number of visitors, the number of tourist agencies, the number of beds, and exchange rate were first identified as the determinants of tourism revenues in Turkey's Economy from 2001 to 2014. The estimation results revealed that the number of visitors is the most significant variable to influence tourism revenues. A one-percent increase in the number of visitors results in a 0.93 percent increase in tourism revenues. Moreover, a one-person increase in the number of visitors leads to a 792-dollar increase on average in tourism revenues. The impact of the 2001 and 2008 crises on tourism revenues was also examined during the same period and the results revealed that tourism revenues decrease during periods of financial crisis. In addition, another point of investigation involved the relationship between the number of tourists visiting Turkey for alternative tourism purposes and the revenues from alternative tourism between the quarters of 2004(1)- 2015(2) quarters in Turkey. The estimation results obtained from the models constructed for this purpose demonstrated that a one-person increase in the number of tourists visiting Turkey for "health and medical purposes (health tourism)" led to a 962-dollar increase on average in the revenues from health tourism with a smaller average increase in the revenues from other services of alternative tourism.

**Keywords:** Turkey, Tourism Revenue, Alternative Tourism, Engle-Granger Method.

\*\* Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ankara, funday@gazi.edu.tr

\*\*\* Gazi Üniversitesi, SBE Ekonometri Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi, Ankara, ozgencilgizem@hotmail.com

## 1. GİRİŞ

Turizm hem ulusal ekonomiye katkıda bulunan hem de uluslararası kültürel ve toplumsal iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici etkisi ile dünya barışının korunmasında büyük payı olan bir sektördür.

Turizmi diğer sektörlerden ayıran en önemli özelliği onun bir hizmet sektörü olmasıdır. Turizm sektörü hizmet sektörüne dahil edildiği için emek yoğun üretim gerçekleştirmektedir. Bu nedenle emek becerisinde meydana gelecek değişim, ürünün kalitesinin düşmesini ve yükselmesini etkiler. Turizm sektöründe ürün ve fiyat standartları; yere, zamana ve ziyaretçiye göre değişebilir. Bu sektördeki girişimciler, ilgili sektöre yapılan kamu harcamalarıyla ve alt yapı çalışmalarıyla çok yakından ilişki içindedirler. Bu nedenle kaliteli bir turizm hizmeti, kamu ve özel sektörün birlikte oluşturacakları turizm bilincinde sağlanabilecektir (Özçam, 2013).

Turizm faaliyetlerin en önemli ve en etkili sonuçlarından biri, ülkelere önemli ölçüde gelir getirici bir özelliğe sahip olmasıdır. Özellikle hızla kalkınmak isteyen ülkelerin karşılaştığı ekonomik güçlüklerin aşılmasında turizm gelirlerine duyulan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Turistik faaliyetler sonucu elde edilen gelir hem yatırım malları ithalinin gerektirdiği dövizin sağlanmasında hem de dış ticaret dengesi açıklarının kapatılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Diğer taraftan turizm gelirleri yatırımları arttıran, yeni istihdam olanakları yaratan, ulusal ve bölgesel ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir faktör haline gelmiştir (Çoşkun, 2010).

Ülkeler daha fazla turizm gelirleri elde edebilmek için sahip oldukları turizm kaynaklarına uygun turizm faaliyetlerin çeşitlemesine giderek, bir başka deyişle alternatif turizm faaliyetlerini geliştirerek, farklı istek ve ihtiyaçlara sahip turistleri kendine çekerek, turizm pazarından aldıkları payı arttırmakta ve böylece ulusal ekonomilerinin gelişimine önemli bir katkı sağlamaktadırlar (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002).

İnsanların taleplerine göre turizm faaliyetleri, yaz turizmi, sağlık ve termal turizmi, kış turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi, av turizmi, kongre turizmi, dağcılık, gençlik turizmi, yat turizmi, inanç turizmi, akarsu-rafting turizmi, su altı dalış turizmi ve hava sporları turizmi olarak geliştirilmiştir.

Bu çalışmanın amacı da, Türkiye ekonomisindeki turizm gelirinin belirleyicilerini tespit etmek ve alternatif turizm gelirlerinin, toplam turizm geliri içindeki önemini ortaya çıkarmaktır.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü takiben, ikinci bölümde turizm sektörünün ekonomi içindeki yeri hakkında bilgi verilmiştir. Üçüncü bölümde uygulama yapılmıştır. Sonuç bölümünde ise analiz sonuçları yorumlanmış ve önerilerde bulunulmuştur.

## 2. TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİ İÇİNDEKİ YERİ

Turizm sektörü, bir taraftan ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olurken, diğer taraftan uluslararası ticaretin gelişmesi ve günümüz insanının yaşam standartlarının yükselmesine paralel olarak seyahat etme eğiliminin artması nedeniyle önemli gelişmeler kaydetmiştir.

2016 yılı Ocak dönemine ait uluslararası turist varışları ve turizm gelirlerinde meydana gelen gelişmeleri içeren Dünya Turizm Örgütü Ocak ayı Barometresine göre, 2014 yılında tüm dünya genelindeki turist varışları 1 milyar 134 milyon iken, 2015 yılında tüm dünya genelindeki turist varışları 1 milyar 184 milyona ulaşmıştır. Bu büyümeye, en çok uluslararası ziyaretçi ağırlayan Avrupa başta olmak üzere tüm bölgeler katkı sağlamıştır (2015 yılı için Avrupa 609.1; Asya ve Pasifik 277; Amerika 190.7; Afrika 53.1; Ortadoğu 54.1 milyon kişi). 2020 yılında da uluslararası turist varışları 1 milyar 360 milyona ulaşılacağı öngörülmektedir

([http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_01\\_january\\_excerpt.pdf](http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_01_january_excerpt.pdf)).



Uluslararası ziyaretçi sayısı bakımından önemli büyüme kaydeden ülkelerden biri de Türkiye'dir. Türkiye turizmi son 10 yıllık süreçte, yabancı ziyaretçi çekme açısından dünyanın ilk 10 ülkesi arasına girmeyi başarmıştır. Türkiye, bu performansı ile rekabet liginde, Fransa, İspanya ve İtalya ile aynı kategoride rekabetini sürdürmektedir. 2014 yılında Türkiye'nin varış istikametine göre en çok ziyaret edilen ülkeler arasında 6. sırada olduğu görülmektedir (Tablo 1).

**Tablo 1: 2014 Yılında Ülkelere Göre Uluslararası Gelen Turist Sayısı**

SIRA	ÜLKE	DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ BÖLGESİ	ULUSLARARASI GELENTURİST SAYISI (2014)
1	Fransa	Avrupa	83.7 milyon
2	ABD	Kuzey Amerika	74.8 milyon
3	İspanya	Avrupa	65 milyon
4	Çin Halk Cumhuriyeti	Asya	55.6 milyon
5	İtalya	Avrupa	48.6 milyon
6	<b>Türkiye</b>	<b>Avrupa</b>	<b>41.4 milyon</b>
7	Almanya	Avrupa	33 milyon
8	Birleşik Krallık	Avrupa	32.6 milyon
9	Rusya	Avrupa	29.8 milyon
10	Meksika	Kuzey Amerika	29.1 milyon

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO Tourism Highlights Raporu) (2015)

Uluslararası turizm gelirleri açısından duruma bakıldığında, 2014 yılında, Türkiye ilk 10 ülke arasında değildir (Tablo 2).

**Tablo 2: 2014 Yılında Ülkelere Göre Uluslararası Gelen Turist Sayısı**

SIRA	ÜLKE	DÜNYA TURİZM ÖRGÜTÜ BÖLGESİ	ULUSLARARASI TURİZM GELİRLERİ (\$)
1	ABD	Kuzey Amerika	177.2 milyar
2	İspanya	Avrupa	65.2 milyar
3	Çin Halk Cumhuriyeti	Asya	56.9 milyar
4	Fransa	Avrupa	55.4 milyar
5	Makao	Asya	50.8 milyar
6	İtalya	Avrupa	45.5 milyar
7	Birleşik Krallık	Avrupa	45.3 milyar
8	Almanya	Avrupa	43.3 milyar
9	Tayland	Asya	38.4 milyar
10	Hong Kong	Asya	38.4 milyar

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO Tourism Highlights Raporu) (2015)

Türkiye’de ekonomi politikalarının geniş bir perspektifle tartışılmaya başlandığı 1960’lı yıllar, turizmin öneminin de kavranmaya başladığı yılları ifade etmektedir. Ancak hedefler ve gerçekleşme sonuçlarına göre turizm yatırımlarına ayrılan pay 1980’li yıllara kadar toplam sabit sermaye yatırımlarının % 0.7’sini geçememiştir. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu sektörün bugünkü düzeyine ulaşmasında belirleyici rol oynamıştır (Çımat ve Bahar, 2003). Örneğin, 1980 yılında Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı 1.288.060 kişi iken bu sayı 1996 yaklaşık sekiz kat artarak 8.614.085 kişiye ulaşmış ve 2000 yılında bu sayı 10.428.153 kişi olmuştur. 1980 yılında elde edilen turizm geliri 326.654 bin dolar iken 2000 yılında da 9.990.841 bin dolara yükselmiştir (www.turizm.gov.tr.). Turizmin Türkiye ekonomisi içinde artan etkinliğin bir sonucu olarak 2001 yılından sonra, ziyaretçi sayılarında, turizm gelirinde ve turist başına yapılan harcamalarda bir artış görülmektedir.

Tablo 3’de özetlenen verilere göre, 2002 yılında turizm geliri 12 milyar 420 milyon 519 bin dolar iken; 2014 yılında 34 milyar 305 milyon 904 bin dolar olmuştur. Söz konusu gelirin % 81.5’i yabancı ziyaretçilerden, %18.5’i ise yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerden elde edilmiştir. 2014’teki gelirin 26 milyar 2 milyon 950 bin dolarını kişisel harcamalar, 8 milyar 302 milyon 954 bin dolarını ise paket tur harcamaları oluşturmuştur. 2015 ve 2016 yıllarında turizm gelirinde azalma meydana gelmiştir. Özellikle 2016 yılında artan terör eylemleri nedeniyle turizm geliri 22 milyar 107 milyon 440 bin dolara, kişi başına ortalama harcama da 705 dolara gerilemiştir.

2014 yılında Türkiye’den çıkış yapan ziyaretçi sayısı 41 milyon 415 bin 70 kişi iken; 2015 yılında 41 milyon 617 bin 530 kişi olmuştur. Ziyaretçi sayısı 2016 yılında azalarak 31 milyon 365 bin 330 kişiye düşmüştür.

**Tablo 3: 2001-2016 Yılları Arasında Turizm Geliri, Ziyaretçi Sayısı ve Ortalama Geceleme Sayısı**

Yıl	Yıllık/Çeyrek	Toplam			
		Turizm geliri (000 \$)	Ziyaretçi sayısı	Kişi başı ortalama harcama (\$)	Ortalama geceleme sayısı
2001	Yıllık	10 450 728	13 450 127	777	-
2002	Yıllık	12 420 519	15 214 514	816	-
2003	Yıllık	13 854 868	16 302 053	850	11.1
2004	Yıllık	17 076 609	20 262 640	843	10.7
2005	Yıllık	20 322 111	24 124 501	842	10.4
2006	Yıllık	18 593 950	23 148 669	803	12.0
2007	Yıllık	20 942 501	27 214 988	770	11.3
2008	Yıllık	25 415 067	30 979 979	820	11.0
2009	Yıllık	25 064 481	32 006 149	783	11.2
2010	Yıllık	24 930 996	33 027 943	755	10.8
2011	Yıllık	28 115 694	36 151 328	778	11.0
2012	Yıllık	29 007 003	36 463 921	795	10.8
2013	Yıllık	32 308 991	39 226 226	824	10.2
2014	Yıllık	34 305 904	41 415 070	828	10.0
2015	Yıllık	31 464 777	41 617 530	756	10.0
2016	Yıllık	22 107 440	31 365 330	705	

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, TURSAB.

NOT : "Çıkış Yapan Yabancı Ziyaretçiler Anketi" sonucu elde edilen gelirdir (Yabancı ziyaretçilerden elde edilen gelir + Yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçilerden elde edilen gelir) .

Tablo 3'deki turizm geliri verileri kullanılarak oluşturulan grafik aşağıdadır:

**Grafik 1: Turizm Gelirinin Yıllar İçindeki Dağılımı**

Grafik 1'de görüleceği üzere, 2004-2014 yılları arasında turizm gelirinde belirgin bir artış vardır. Ancak 2008 krizinin etkisi ile turizm gelirinde 2008-2010 yılları arasında hemen hemen hiç artış gerçekleşmemiştir. 2015 sonrası terör olayları da turizm gelirlerinde azalmaya neden olmuştur.

TURSAB verilerine göre, 2002 yılında "turizm işletme belgeli tesis sayısı" 2124 iken; 2014'de 3131 ve 2015 yılından 3309' a yükselmiştir. "Turizm işletme belgeli yatak sayısı" da

2002 yılında 396148 adet iken; 2015 yılında 850089 adet olmuştur. Yıllar itibariyle hem tesis sayısında hem de yatak sayısında artış olmakla birlikte özellikle 2016 yılındaki ziyaretçi sayısındaki azalış, turizm gelirlerinde azalma yaratmıştır.

Milliyetlerine göre, ziyaretçi sayısında da değişiklik görülmektedir. TÜİK verilerine göre, 2015-2016 yılları itibariyle Avrupa ülkeleri içinde en fazla Türkiye'yi ziyaret eden ilk 5 ülkeden gelen ziyaretçi sayısında (Almanya % 30.3, İngiltere % 31.8, Hollanda % 26.46, Fransa % 34.48 ve Yunanistan % 21.48 oranlarında ) azalma olmuştur. Aynı şekilde 2015-2016 yılları itibariyle Japonya'dan gelen ziyaretçi sayısı % 57.37, Rusya'dan % 76.26, ABD'den % 42.48, Çin Halk Cumhuriyeti'nden % 46.58 ve Bulgaristan'dan % 7.18 oranlarında azalma yaşanmıştır.

Son yıllarda Orta Doğu'dan gelen ziyaretçi sayısında artış gözlenmektedir. 2015-2016 yılları itibariyle Suudi Arabistan'dan gelen ziyaretçi sayısındaki artış % 17.69 iken; Bahreyn'den % 27.80, Kuveyt'den % 3.12, Ürdün'den % 24.75, İsrail'den % 30.91, Yemen'den % 4.49 oranlarında artış olmuştur. 2015-2016 yılları itibariyle en büyük artış oranı ise Ukrayna'dan (% 47.91) gelen ziyaretçi sayısında görülmüştür.

Turizm sektöründen elde edilen gelirler, dış ticaret dengesine, istihdama bir bütün olarak ulusal gelirdeki artışa yol açarak ekonomik büyüme üzerinde olumlu bir etki yaratırken, azalan turizm gelirlerinin de söz konusu makro-ekonomik faktörler üzerinde olumsuz etkileri olacaktır. Özellikle 2016 yılı itibariyle turizm gelirindeki azalmayla birlikte, turizm gelirinin dış ticaret açıklarını kapatma payı, turizm gelirinin GSMH içindeki payı, turizm gelirinin ihracata oranı ve istihdama katkısının da düşme eğilimi içinde olabileceği düşünülmektedir.

Tablo 4, turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapatma payını yıllar itibariyle vermektedir

**Tablo 4 : Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapatma Payı**

<b>TURİZM GELİRLERİNİN DIŞ TİCARET AÇIKLARINI KAPAMA PAYI</b>			
<b>YIL</b>	<b>Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)</b>	<b>YIL</b>	<b>Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)</b>
<b>1996</b>	39.07	<b>2006</b>	42.83
<b>1997</b>	41.41	<b>2007</b>	43.34
<b>1998</b>	46.86	<b>2008</b>	44.30
<b>1999</b>	50.19	<b>2009</b>	82.52
<b>2000</b>	37.38	<b>2010</b>	46.09
<b>2001</b>	133.63	<b>2011</b>	34.13
<b>2002</b>	98.19	<b>2012</b>	43.75
<b>2003</b>	73.81	<b>2013</b>	32.35
<b>2004</b>	58.95	<b>2014</b>	40.59
<b>2005</b>	55.72	<b>2015</b>	49.73

Kaynak: TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği)

Tablo 4'de, Türkiye ekonomisinin 1996 yılındaki turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatmadaki payı % 39.07 iken; 2002 yılında bu oran % 98.19'a yükselmiş ve 2015 yılında %

49.73 olmuştur. Türkiye’nin ödemeler dengesi üzerinde turizm gelirlerinin etkisi pozitiftir. “Dış ödemeler dengesi çizelgesinde görünmez kalemler” arasında yer alsada turizm gelirleri, ülkeye aynen mal ihracatında olduğu gibi döviz sağlamaktadır ve bu durum özellikle Türkiye ekonomisi için önemli olmaktadır.

Tablo 5, Turizm gelirinin GSMH ve ihracata oranlarını ve turizm sektöründe çalışan sayısını vermektedir.

**Tablo 5 : 2006-2014 Yılları Arasındaki Bazı Turizm Verileri**

Yıllar	Turizm gelirinin GSMH içindeki payı (%)	Turizm gelirinin ihracata oranı(%)	Turizm sektöründe doğrudan+dolaylı istihdam(1000 kişi)
2006	3.5	19.7	1001
2007	3.2	17.3	1067
2008	3.4	16.6	1058
2009	4.1	20.8	1131
2010	3.4	18.3	1177
2011	3.6	20.8	1178
2012	3.7	19.2	1206
2013	3.9	21.3	1298
2014	4.7	21.8	2130
2015	6.2	21.9	2210

Kaynak: TURSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği)(2015)

Tablo 5’de, turizm sektörünün oluşturduğu toplam istihdamın 2005 yılından günümüze % 27 oranında arttığı görülmektedir. 2007 yılında Türkiye’de turizm sektöründe 1 milyon 687 bin kişiye istihdam sağlanırken 2015 yılına gelindiğinde 2 milyon 210 bin kişiye istihdam sağlanmıştır. Turizm gelirinin GSMH içindeki payı 2006 yılında % 3.5 iken; 2015 yılında % 6.2 olmuştur. Turizm gelirinin ihracata oranı da 2015 yılında % 21.9 dur.

Turizm sektörünün büyüme, dış ticaret açıkları, istihdam gibi ekonomik faktörler üzerindeki katkıları dışında aynı zamanda diğer sektörlerin ürettiği mal ve hizmetlerden yararlanarak bu sektörlerin gelişmesine de olumlu etkisi vardır. Örneğin, Balıkçılık ana sektörü, aramalı olarak sattığı ürünlerin % 51’ini turizme sunmaktadır. Gıda ve içecek sektörü aramalı satışlarının % 20’sini turizm sektörüne yöneltmektedir. Mobilya sektörü de ara mallarının % 14’ünü turizme satmaktadır (AKTOB Turizm İstatistikleri, 2014).

Turizm sektörünün tarım sektörü ile ilişkisi vardır. Turizm ve tarım sektörleri, birbirini en iyi tamamlayan sektörlerin başında gelmektedir. Çünkü turizm meyve, sebze, şarap vb. gibi temel yiyecek ve içeceklerin tüketildiği bir hizmet sektörüdür. Ayrıca turizmin gelişmesiyle birlikte yöredeki çiftlik evlerinin konaklamaya açılması, aile pansiyonculuğunun gelişmesi, kırtatil evlerinin kiralanması sonucu, yöre halkının gelir seviyesinde de artış sağlanmaktadır (Çıkm ve diğerleri, 2009).

Turizm faaliyetlerin yoğun olduğu bölgelerde, turizm talebine bağlı olarak hem alt yapı hizmetleri gelişmiş olur hem de inşaat sektörünün gelişmesine bağlı olarak üst yapıda gelişmektedir.

### 3. UYGULAMA

Bu çalışmanın amacı, Türkiye ekonomisindeki turizm gelirinun belirleyicilerini tespit etmek ve alternatif turizm gelirlerinin, toplam turizm geliri içindeki önemini ortaya çıkarmaktır.

Bu konularda Türkiye’de birçok çalışma mevcuttur. Aktaş (2005) yaptığı çalışmada, Türkiye’nin 1980-2000 döneminde, turizm gelirinun belirleyicileri olarak, ziyaretçi sayısı, yatak sayısı, ABD doları cinsi döviz kuru, Alman markı cinsi döviz kuru, seyahat acente sayısı, yabancı sermaye miktarı ve devlet bütçesinden turizm sektörüne aktarılan miktarı almıştır. “İleri doğru değişken seçme” yöntemiyle modeli tahmin etmiş ve turizm gelirinun en fazla etkileyen değişkenlerin ziyaretçi sayısı ve seyahat acentesi sayısı olduğunu belirlemiştir.

Erkan ve diğerleri (2013), Türkiye’nin 2005-2012 dönemine ait aylık verileri kullanarak, turist sayısı, teşvik belge sayısı, reel toplam yatırım tutarı, turizm sektörü istihdamı, yatak sayısı ve reel efektif döviz kuru değişkenlerinin, turizm geliri üzerindeki etkisini araştırmışlardır. KEKK yöntemiyle elde edilen tahmin sonuçlarına göre, turist sayısının ve teşvik belge sayısının, turizm geliri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu çalışmada ayrıca Granger nedensellik testi ve VAR analizi de yapılmıştır.

Şen ve Şit (2015), reel döviz kurunun, turizm geliri üzerindeki etkisini, 2000-2012 döneminde Toda-Yamamoto nedensellik analizi ile incelemişler ve reel döviz kurunun, turizm geliri üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Işık (2010), Türkiye’deki yabancı ziyaretçi harcamaları ile turizm geliri arasındaki ilişkiyi 1970-2008 dönemi için incelemiş ve Johansen yöntemini kullanarak, yabancı ziyaretçi harcamaları ile turizm geliri arasında uzun dönemde ilişki bulmuştur.

Yukarıdaki çalışmalardan da görüldüğü gibi, turizm gelirinun belirleyicileri olarak genellikle, ziyaretçi sayısı, seyahat acente sayısı, yatak sayısı, teşvik belge sayısı, toplam yatırım tutarı, döviz kuru gibi değişkenler seçilmiştir. Bu çalışmada da, turizm gelirinun belirleyicileri olarak, ziyaretçi sayısı, seyahat acente sayısı, yatak sayısı ve döviz kuru alınmıştır ve değişkenlerin 2001-2014 yılları arasındaki verileri kullanılmıştır. Kurulan model aşağıdadır:

$$(1) TG = \alpha_0 + \alpha_1 ZS + \alpha_2 DK + \alpha_3 AS + \alpha_4 YS + u$$

Burada, TG: Turizm gelirleri (bin dolar); ZS: Ziyaretçi Sayısı (Adet)

DK: ABD doları/TL AS: Seyahat Acente Sayısı (Adet); YS: Yatak Sayısı (Adet)

Veriler, TÜİK, TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) ve TCMB web sitelerinden alınmıştır. Çalışmada analizler değişkenlerin gerçek değerleri üzerinden değil, değişen varyans gibi sorunlardan kaçınmak, tanımlama hatalarını engellemek ve serilerin daha kolay durağan hale gelmeleri için logaritmik değerler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu şekilde kurulan model aşağıdadır:

$$(2) LTG = \beta_0 + \beta_1 LZS + \beta_2 LDK + \beta_3 LAS + \beta_4 LYS + v$$

Yapılacak çalışmaların sonucunda  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ ,  $\beta_3$  ve  $\beta_4$  katsayılarının pozitif tahmin edilmesi beklenilmektedir.

Değişkenlerin durağan olup olmadıklarını görebilmek amacıyla ADF(Genişletilmiş Dickey-Fuller) birim kök testi uygulanmıştır. Test sonuçları, Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6: ADF Test Sonuçları**

Değişkenler	Düzy	p değeri	Birinci Sıra Fark	p değeri
LTG(sabitsiz+trendsiz)	3.58	0.99	-2.73	0.058
LZS(sabitsiz+trendsiz)	4.19	0.99	-1.605	0.099
LDK(sabit+trend)	-0.43	0.87	-5.007	0.0025
LAS(sabit+trend)	2.072	0.99	-3.36	0.0346
LYS(sabit+trend)	-1.005	0.71	-3.74	0.0187
TG(sabit+trend)	-0.64	0.82	-5.17	0.0024
ZS(sabit+trend)	-2.24	0.20	-5.19	0.0023

\* “L” logaritması alınan değişkenleri göstermektedir.

Tablo 6'dan da görüldüğü gibi, bütün değişkenler (p değeri 0.10'un altında) birinci sıra fark durağandır. Dolayısıyla (2) nolu model Engle-Granger<sup>1</sup> İki Aşamalı Tahmin yöntemi ile tahmin edilmiş ve tahmin sonuçları aşağıda verilmiştir:

$$(3) \text{ LTG} = 0.30029 + 0.93\text{LZS} + 0.42\text{LYS} + 0.19\text{LDK} + 0.49\text{LAS}$$

$$p \text{ değeri} \rightarrow (0.8375) \quad (0.0031) \quad (0.46) \quad (0.201) \quad (0.225)$$

$$dw=1.23 \quad \text{ADF}_u=-3.42(\alpha_{0.05}:-2.75) \quad R^2=0.99 \quad F=276.4 \quad \text{ARCH}(1)=0.003(p:0.95)$$

(3) nolu modelden de görüldüğü gibi, diğer değişkenler sabit iken ziyaretçi sayısındaki %1 lik artış, turizm gelirini % 0.93 arttırmaktadır. Yatak sayısındaki %1 lik artış, turizm gelirini % 0.42 artırırken; acente sayısındaki %1 lik artış, turizm gelirini % 0.49 arttırmaktadır. Döviz kuru %1 arttığında, turizm geliri % 0.19 artmaktadır. Dolayısıyla ziyaretçi sayısındaki artış, turizm gelirini diğer değişkenlerden daha fazla arttırmıştır. Bununla birlikte, sadece ziyaretçi sayısına ait katsayı değeri istatistiksel bakımdan anlamlı iken (p değeri 0.05'in altındadır), diğer değişkenlere ait katsayı değerleri istatistiksel bakımdan anlamsız (p değeri 0.10'un üstündedir) bulunmuştur. Modelin açıklama gücü yüksek ( $R^2=0.99$ ) ve F testine göre model tümüyle anlamlıdır. Bu durum değişkenler arasında yüksek bir ilişkiden kaynaklanan çoklu doğrusal bağlantı sorununu gündeme getirmektedir<sup>2</sup>. Bu sonuç beklenen bir durumdur. Seyahat acente sayısına bağlı olarak ziyaretçi sayısı artmakta, ziyaretçi sayısına bağlı olarak yatak sayısı da artmaktadır. Ya da Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısındaki artış, acente sayısını arttırmakta, buna bağlı olarak yatak sayısı da artmaktadır. ARCH testine göre, modelde otokorelasyon ve değişen varyans sorunları yoktur. Ayrıca hata terimine uygulanan ADF test istatistiği ( $\text{ADF}_u=-3.42$ ), tablo değerinden ( $\alpha_{0.05}:-2.75$ ) küçük olduğu için (2) nolu model uzun dönem denge ilişkisini göstermektedir.

Ziyaretçi sayısı, turizm gelirini en fazla etkileyen değişken olduğu için; ziyaretçi sayısındaki 1 kişilik artış, turizm gelirlerini kaç dolar arttırmaktadır? sorusu da araştırılmıştır. Bunun için aşağıdaki model kurulmuştur:

$$(4) \text{ TG} = \delta_0 + \delta_1\text{ZS} + \varepsilon_1$$

Burada TG: Turizm gelirleri (bin dolar) ; ZS: Ziyaretçi Sayısı(Adet)

ADF test sonucuna göre (Tablo 5), turizm geliri ve ziyaretçi sayısı birinci sıra fark durağan bulunduğu için Engle-Granger yöntemi ile model tahmin edilmiş ve tahmin sonuçları aşağıda verilmiştir.

$$(5) \quad \text{TG} = 311757.4 + 0.792 \text{ ZS} \quad R^2=0.98 \quad F=936.93 \quad \text{ADF}_u=-3.61(\alpha_{0.05}:-3.25)$$

$$p \text{ değeri} \rightarrow (0.10) \quad (0.0000) \quad \text{ARCH}(1)=0.0072(p:0.93)$$

(5) nolu modele göre, ziyaretçi sayısındaki 1 kişilik artış, turizm gelirlerini 792 dolar arttırmaktadır.

2001-2014 yılları arasında Türkiye ekonomisi iki önemli kriz yaşamıştır. Birincisi 2001 krizi, diğeri de 2008 krizidir. Dolayısıyla kriz dönemlerinde, turizm geliri etkilenmiş midir? sorusuna bu çalışmada yanıt aranmıştır. Bu amaçla 2001 ve 2008 yıllarına 1; diğer yıllara 0

<sup>1</sup> Engle-Granger (1987), uzun dönemli ilişkiyi araştırırken, modelde kullanılan tüm değişkenlerin aynı sıradan bütünleşik olduğunu varsaymaktadır. Öncelikle her bir değişken için birim kök testleri uygulandıktan sonra 1. sıradan bütünleşik I(1) olduklarını bulmak gerekmektedir. Değişkenler aynı sıradan bütünleşik ise Engle-Granger yöntemi kullanılır. Engle-Granger yöntemi iki aşamadan oluşur. Birinci aşamada kurulan model KEKK (Klasik En Küçük Kareler) yöntemi ile tahmin edilir. İkinci aşamada ise, birinci aşamada tahmin edilen modelin hata terimine DF (Dickey-Fuller) ya da ADF(Augmented Dickey-Fuller-Genişletilmiş DF) birim kök testi uygulanır. Birim-kök test sonucunda, hata terimi düzeyde I(0) durağan ise, birinci aşamada tahmin edilen model, uzun dönem denge modelidir.

<sup>2</sup>Değişkenlerin her birinin turizm geliri üzerindeki etkisi araştırılmış ve her bir değişkenin tek başına turizm gelirini etkileyen önemli değişkenler olduğu görülmüştür. Döviz kuru dışında, diğer değişkenler turizm gelirini yüksek oranda açıklamaktadır.

verilerek, bir kukla değişken(DU) tanımlanmış ve kriz dönemlerinin turizm geliri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Kurulan model aşağıdadır:

$$(6) \quad TG = \gamma_0 + \gamma_1 DU + \varepsilon_2$$

Burada TG: Turizm geliri (bin dolar) ; DU: Kukla değişken

Beklentimiz,  $\gamma_1$  katsayısının negatif olması yönündedir. Model KEKK ile tahmin edilmiş ve tahmin sonucu aşağıda verilmiştir:

$$(7) \quad TG = 23078636 - 5145738DU \quad R^2 = 0.164$$

$E(TG | DU=1)$  olduğunda, yani kriz dönemlerinde turizm gelirinin azaldığı görülmektedir. Kriz dönemlerinde turizm geliri 17932898 bin dolar iken; diğer dönemlerde 23078636 bin dolardır.

Yukarıda kurulan modellerde, turizm gelirini etkileyen değişkenlerin neler olduğu ve söz konusu değişkenlerin turizm geliri üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

Bundan sonraki analizlerde, Türkiye ekonomisinin 2004(1)-2015(2) çeyrek dönemlerinde alternatif turizm<sup>3</sup> gelirlerinin, toplam turizm geliri içindeki önemini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.

Bunun için alternatif turizm gelirleri verilerine ihtiyaç bulunmaktadır. Ancak gerek T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nda gerekse TÜİK ve TCMB web sitelerinde alternatif turizm gelirleri verileri söz konusu dönemler için mevcut değildir. Sadece TÜİK'in web sayfasında "Turizm İstatistiklerinde" "Geliş Nedenine Göre Çıkış Yapan Ziyaretçiler" başlığı altında, "- Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler, -Akraba ve Arkadaş Ziyareti, -Eğitimi Staj, -Sağlık ve Tıbbi Nedenler, -Dini/Hac,-Alışveriş, -Transit, -İş amaçlı, -Diğer" olmak üzere alt başlıklar altında ziyaretçi sayıları mevcuttur<sup>4</sup>. Bunlar arasında, "- Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler (yaz turizmi, kış turizmi, yayla turizmi, mağara turizmi, av turizmi, dağcılık, yat turizmi, akarsu-rafting turizmi, su altı dalış turizmi ve hava sporları turizmi-**GES**), -Eğitimi Staj (Gençlik turizm-**ESG**), -Sağlık ve Tıbbi Nedenler (Sağlık turizm-**ST**), -Dini/Hac (İnanç turizm-**DH**), -İş amaçlı (Konferans turizm-**İAK**) veriler kullanılmıştır. Bu başlıklarda turizm gelirlerini elde edebilmek için de, önce toplam ziyaretçi sayısı içinde yukarıda sıralanan faaliyetlerin payı bulunmuştur. Örneğin 2015 yılının ikinci çeyreğinde toplam ziyaretçi sayısı 10751351 kişidir. 10751351 kişinin 7023302 kişi "Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler" amacıyla gelmiştir. Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetleri amacıyla gelen ziyaretçi sayısının (7023302), toplam ziyaretçi sayısına (10751351) oranı; bize "Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetlerin" payını gösterecektir. Aynı şekilde örneğin, "Sağlık ve Tıbbi nedenlerle" (sağlık ve termal turizm) ülkemize gelen ziyaretçi sayısı aynı dönemde 93222

<sup>3</sup>Türkiye'de, 1990'lı yılların başından itibaren yoğun şekilde turistik tüketicilerde klasik turizm ürünü olarak adlandırılan deniz, kum ve güneş üçlemesinden, bireysel ve özel ilgi gerektiren ürünlere doğru bir yönelme ortaya çıkmıştır. İnsanların güneş altında boş vakitlerini öldürmek yerine ulaşım araçlarındaki hız ve konfor sayesinde tatil sürelerini birkaç parçaya bölerek ilgi alanlarına yönelik tatile çıkmayı yeğlemeye başlamışlardır. Bu yönelişin öncelikle klasik turizm ürününe duyulan tatmin düzeyi, değişik kültürleri keşfetme isteği, ülkeler arasındaki mesafelerin kısalması, eğitim ve gelir düzeyindeki artış, genel turizm hareketliliği içerisinde ekonomik problemlerini çözmüş üçüncü yaş turist profilinin artması, kültürel ve sportif aktivitelere katılma isteği gibi pek çok nedeni bulunmaktadır. Değişen bu talep karşısında turizm yatırımcıları da pazardaki yerlerini yeniden konumlandırmak amacıyla talebin istekleri doğrultusunda yatırımlarını yönlendirmeye başlamışlardır. Ortaya çıkan bu turizm hareketliliğinin adı kitle turizmine bir alternatif olarak değerlendirilmesi dolayısıyla alternatif turizm olarak adlandırılmaktadır (Kılıç ve Kurnaz, 2010).

Ülkemizde alternatif turizm çeşitleri; akarsu turizmi, av turizmi, dağcılık, golf turizmi, hava sporları, inanç turizmi, İpek Yolu, kış sporları turizmi, kongre turizmi, kuş gözlemciliği, mağara turizmi, sağlık ve termal turizmi, su altı dalış, yat turizmi ve yayla turizmi olarak şekillenmiştir (yigm.kulturturizm.gov.tr (Erişim tarihi: 12.11.2015)).

<sup>4</sup>TÜİK'in web sayfasında "Turizm İstatistiklerinde" "Geliş Nedenine Göre Çıkış Yapan Ziyaretçiler" verileri, 2003(1)-2015(2) çeyrek dönemler için mevcuttur. Daha önceki yıllara ait verilere ulaşılammıştır. Bu çalışmada 2004(1)-2015(2) çeyrek dönemlik veriler kullanılarak modeller tahmin edilmiştir.



kişidir<sup>5</sup>. 93222 kişinin, toplam ziyaretçi sayısına (10751351) oranı, bize “Sağlık ve Tıbbi nedenlerle” aldığı payı verecektir. Bu oranlar (paylar) incelendiğinde, “Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlerin”, toplam turizm geliri içindeki payı; “dini (inanç turizm)”, “iş amaçlı (konferans turizm)”, “sağlık ve tıbbi nedenler (sağlık turizm)” ve “eğitim (gençlik turizm)” amaçlı turizm gelirlerinin payından daha fazladır.

Her bir faaliyet için bulmuş olduğumuz bu oranları (payları), toplam turizm gelir değeri ile çarptığımızda, her bir faaliyete ait turizm gelirlerini elde ederiz.

Bundan sonraki analizlerde, tarafımızca hesaplanmış her bir turizm faaliyetine ait turizm gelirleri ile, ziyaretçi sayıları arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Değişkenlerin durağan olup olmadıklarını görebilmek amacıyla ADF birim kök testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7: ADF Test Sonuçları**

Değişkenler	Düzy	p değeri	Birinci Sıra Fark	p değeri
GESTG(sabit)	-0.27	0.91	-3.24	0.024
GESZS(sabit)	0.98	0.99	-4.40	0.0012
ESGTG(sabit)	-5.10	0.0001		
ESGZS(sabit)	-5.04	0.0001		
İAKTG(sabit)	-2.008	0.28	-2.83	0.062
İAKZS(sabitsiz+trendsiz)	0.011	0.68	-3.12	0.026
DHTG(sabit)	-7.023	0.000		
DHZS(sabit)	-6.28	0.000		
STTG (sabit)	-0.79	0.80	-2.93	0.05
STZS (sabit)	-1.18	0.67	-2.94	0.048
GESTG_SA(sabit)	-0.65	0.84	-7.68	0.0000
GESZS_SA(sabit)	-0.41	0.89	-8.57	0.000
STTG_SA(sabit)	-0.81	0.80	-2.25	0.04
STZS_SA(sabit)	-0.35	0.90	-5.13	0.0001

Tablo 7’den de görüldüğü gibi, ESGTG, ESGZS, DHTG, DHZS değişkenleri düzeyde durağan; diğer değişkenler birinci sıra fark durağan bulunmuştur. ADF birim kök testi sonucunda birinci sıra fark durağan bulunan değişkenler Engle-Granger yöntemi ile düzeyde durağan bulunan değişkenler KEKK ile tahmin edilmiş ve sonuçlar Tablo 8’de verilmiştir.

**Tablo 8: Engle-Granger ve KEKK Sonuçları 2004(1)-2015(2)**

Modeller	Değişken Tanımı
<p>GESKTG= 79575.08+ 0.719 GESKZS <math>R^2=0.92</math>  <math>F=517.7</math>  t değeri→ (0.53) (22.75) dw=1.27 <math>ADF_t=-2.043(0.04)</math></p> <p>*Değişkenler birinci sıra fark durağan olduklarından Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir.</p> <p>**Değişkenlerde mevsimsel etki olduğu için, değişkenler mevsimsel etkiden arındırıldıktan sonra Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir.</p> <p>GESKTG_SA = -344628.1 + 0.821GESKZS_SA <math>R^2=0.89</math> <math>F=385.9</math>  t değeri→ (-1.91) (19.64) dw=0.29 <math>ADF_t=-2.077(0.03)</math></p>	<p>GESKTG: Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlerden elde edilen turizm gelirleri (bin dolar)  GESKZS: Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler amaçlı ziyaretçi sayısı (adet)</p>

<sup>5</sup>Ek 1’de veriler yer almaktadır.

<p>STTG= -11472.18+ 0.962 STZS <math>R^2=0.92</math> F=511.6  t değeri→ (-4.35) (22.61) dw=1.83 A DF<sub>U</sub>=-2.25(0.024)  *Değişkenler birinci sıra fark durağan olduklarından Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir.  **Değişkenlerde mevsimsel etki olduğu için, değişkenler mevsimsel etkiden arındırıldıktan sonra Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir.</p> <p>STTG_SA = -12829.7 + 0.985 STZS-SA <math>R^2=0.96</math> F=1276.1  t değeri→ (-7.65) (35.72) dw=0.29 ADF<sub>U</sub>=-2.48(0.018)</p>	<p>STTG: Sağlık ve tıbbi faaliyetlerden elde edilen turizm geliri (bin dolar)  STZS: Sağlık ve tıbbi faaliyet amaçlı ziyaretçi sayısı (adet)</p>
<p>DHTG=2186.15+ 0.6301 DHZS <math>R^2=0.904</math>  F=417.7  t değeri→ (2.52) (20.43) dw=1.86  *Değişkenler düzeyde durağan olduklarından KEKK yöntemi ile tahmin edilmiştir. **Değişkenlerde mevsimsel etki yoktur.</p>	<p>DHTG: Dini/Hac faaliyetinden elde edilen turizm geliri (bin dolar)  DHZS: Dini/Hac faaliyet amaçlı ziyaretçi sayısı (adet)</p>
<p>İAKTG= -20320.92+0.783 İAKZS <math>R^2=0.75</math> F=138.1  t değeri→ (-0.54) (11.75) dw=1.29 ADF<sub>U</sub>=-2.15(0.034)  *Değişkenler birinci sıra fark durağan olduklarından Engle-Granger yöntemi ile tahmin edilmiştir. **Değişkenlerde mevsimsel etki yoktur.</p>	<p>İAGTG: İş amaçlı (konferans) faaliyetinden elde edilen turizm geliri (bin dolar)  İAGZS: İş amaçlı (konferans) faaliyet amaçlı ziyaretçi sayısı (adet)</p>
<p>ESGTG=1145 + 0.711 ESGZS <math>R^2=0.85</math> F=250.8  t değeri→ (0.56) (15.83) dw=1.05  *Değişkenler düzeyde durağan olduklarından KEKK yöntemi ile tahmin edilmiştir. **Değişkenlerde mevsimsel etki yoktur.</p>	<p>ESGTG: Gençlik(eğitim) faaliyetinden elde edilen turizm geliri (bin dolar)  ESGZS:Gençlik(eğitim) faaliyet amaçlı ziyaretçi sayısı(adet)</p>

Tablo 7’de, “sağlık ve tıbbi nedenlerle(sağlık turizm)” ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, sağlık turizmden elde edilen turizm gelirini 962 dolar arttırırken; “Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler” amacıyla ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, bu amaçla elde edilen turizm gelirini 719 dolar arttırmaktadır. “Eğitimi Staj(Gençlik turizm)”amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, gençlik turizmden elde edilen turizm gelirini 711 dolar arttırırken; “İş amaçlı (Konferans turizm)” ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, konferans turizmden elde edilen turizm gelirini 783 dolar arttırmaktadır. “Dini/hac(inanç turizm)”amaçlı ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, inanç turizmden elde edilen turizm gelirini 630 dolar arttırmaktadır.

Bütün modellerde eğim katsayıları istatistiksel bakımdan anlamlıdır. Modellerin açıklama gücü yüksek ve F testleri anlamlıdır.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde turizm, ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda ülke ekonomilerinde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle turizmin kitlesel özellik kazanması ile turizmin yarattığı ekonomik etkiler, turizm potansiyelini kullanabilen ülkeler için oldukça önemli bir gelir unsurunu ortaya çıkarmıştır. Turizm gelirleri dünyadaki birçok ülke ve bölge için önemini arttırmış, bu durum turizm yatırımlarının da desteklenmesi ile birbirini izleyen döngüsel bir etkileşime yol açmıştır.

Ülkeler açısından daha fazla gelir elde edebilmek için turizm sektöründe sürdürülebilirliğin sağlanması gereklidir. Bu açıdan bakıldığında, turizm faaliyetlerin dönemsel ve bölgesel olarak dengeli bir biçimde dağılımına ihtiyaç vardır. Bu çerçevede turizm faaliyetlerin çeşitlendirilmesi, bir başka deyişle alternatif turizm alanların geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Türkiye’nin de bu anlamda dünya turizm pazarından daha büyük pay alabilmesi ve daha fazla turizm geliri elde edebilmesine ihtiyaç vardır. Bunun için turizm geliri, hangi faktörlere bağlı olarak artmaktadır? ya da turizm gelirinin belirleyicileri neler olabilir? Alternatif turizm faaliyetlerinden hangisi ya da hangileri, turizm geliri üzerinde daha fazla etkilidir?

soruları aklımıza gelmektedir. Bu çalışmada, bu sorulara yanıt aranmaya çalışılmıştır ve bu amaçla çeşitli ekonometrik modeller kurulmuştur. Kurulan modeller, Türkiye ekonomisinin hem 2001-2014 yıllık hem de 2004(1)-2015(2) çeyrek dönem verileri kullanılarak, Engle-Granger ve KEKK yöntemleri ile tahmin edilmiştir.

Kurulan modellerden ilki, Türkiye’deki turizm gelirinin belirleyicilerini ortaya koyabilmeyi amaçlamıştır. Turizm gelirinin belirleyicileri olarak, ziyaretçi sayısı, seyahat acente sayısı, yatak sayısı ve döviz kuru alınmıştır. Tahmin sonuçlarına göre, turizm gelirini etkileyen en önemli değişkenin ziyaretçi sayısı olduğu görülmüştür. Ziyaretçi sayısında % 1 lik artış, turizm gelirini % 0.93 artırmaktadır. Ayrıca, ziyaretçi sayısındaki 1 kişilik artış, turizm gelirini 792 dolar arttırmaktadır. Aynı dönemde, 2001 ve 2008 krizlerinin, turizm geliri üzerindeki etkisi de araştırılmış ve kriz dönemlerinin turizm gelirini azalttığı görülmüştür.

Kurulan modellerden diğerleri, alternatif turizm faaliyetleri ile ilgilidir. Yapılan analizler sonucunda, “Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlerin”, toplam turizm geliri içindeki payı; “dini (inanç turizm)”, “iş amaçlı (konferans turizm)”, “sağlık ve tıbbi nedenler(sağlık turizm)” ve “eğitim(gençlik turizm)” amaçlı turizm gelirlerinin payından daha fazladır. Toplam turizm geliri içinde en az payı, inanç turizmi almaktadır.

“Sağlık ve tıbbi nedenlerle(sağlık turizm)” ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki bir kişilik artış, sağlık turizmden elde edilen turizm gelirini 962 dolar arttırırken; diğer alternatif turizm gelirleri ortalama olarak daha az artmaktadır.

Bu sonuçlara göre,

- Turizm gelirini arttıran en önemli değişken ziyaretçi sayısı olduğu için, herhangi bir nedenle ülkemize gelen ziyaretçi sayısındaki azalma, turizm gelirini azaltacaktır. Siyasi ve ekonomik krizler, terör olayları turizm gelirini olumsuz etkilemekte ve turizm gelirini azaltıcı etki yapmaktadırlar. Turizm gelirinin azalması ise cari işlemler açığının artmasına, istihdamın ve ekonomik büyümenin azalmasına neden olabilecektir. Dolayısıyla, ziyaretçi sayısındaki artışı sağlayabilmek için, öncelikle ekonomik ve siyasi krizlerin oluşmasını engelleyici önlemlerin alınması gereklidir. Ayrıca yurt dışından gelen ziyaretçi sayısındaki azalma durumunda, turizm işletmelerinin zarar etmemesi amacıyla, iç turizme yönelik kampanyaların düzenlenmesi (otel ve pansiyon fiyatlarının makul ölçülere indirilmesi, bu konuda reklam kampanyalarının yapılması gibi), işletmecilerin borçlarının ertelenmesi veya uygun kredi koşullarının sağlanması, vergilerin düşürülmesi gibi ek önlemlerin alınması gerekmektedir. Bunların yanında, turizm yatırımlarına gereken önem verilmeli, verilen hizmetlerin kalitesi arttırılmalı ve ulaşım olanakları genişletilmelidir.

- Alternatif turizm faaliyetleri içinde, turizm gelirini en fazla arttıran sağlık turizmi iken, turizm gelirini en az arttıran inanç turizmi olmuştur. Analiz sonuçlarına göre sağlık turizmden en fazla gelir elde edilebileceği için, ülkemizde sağlık turizme önem verilmelidir. Özellikle İç Anadolu Bölgesi, sağlık turizmi için iyi bir alan oluşturabilir. Diğer taraftan inanç turizmden daha fazla gelir elde edebilmek için de, “uluslararası gündeme gelebilme niteliği yüksek olan Mevlana, Çatalhöyük, Kilistra, Sille ve Selçuklu yapıları gibi unsurların “paket tanıtım” projesi ile tanıtılmasına ihtiyaç vardır” (Tapur, 2009).

- Türkiye’nin uluslararası kongre merkezi haline gelebilmesi için, tanıtım ve pazarlama açısından teknik ve finansal desteğe ve iyi bir planlama sistemine ihtiyaç varken, sosyal medyayı çok iyi kullanan gençleri ülkemize çekebilmek için ve ülkemizdeki gençler için de, gençlik kampları, yaz okulları, gençlik festivalleri ve okul gezileri düzenlenmeli, gençlere yönelik turizm tesislerin sayısı ve kalitesi arttırılmalı, gençlik turizmi yapan seyahat acenteleri kriterlerini oluşturacak “özel projeler” hazırlanarak, uygulamaya geçilmelidir.

## 5. KAYNAKLAR

- Aktaş, C. (2005). Türkiye’de turizm gelirlerini etkileyen değişkenler için en uygun regresyon denkleminin belirlenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2).
- AKTOB (Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği) (2014). *Turizm istatistikleri*. www.aktob.org.tr. (Erişim Tarihi: 19.2.2016).
- Çıkın, A., Çeken, H. ve Uçar, M. (2009). Turizmin tarım sektörüne etkisi, agro-turizm ve ekonomik sonuçları. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 15(1).
- Çımat, A. ve Bahar, O.(2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İİBF Dergisi*, (6).
- Çoşkun, N. (2010). *Türkiye’de turizm politikaları ve turizm sektörü üzerindeki etkileri*. Uzmanlık tezi, Kültür ve Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü.
- Dickey, D. A. & Fuller W. A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of American Statistical Association*, 74(366).
- Engle, R.F.& Granger, C.W.(1987). Cointegration and error correction: representation, estimation and testing. *Econometrica* (55).
- Erkan B., Kara O. ve Harbalıoğlu, M. (2013). Türkiye’de turizm gelirlerinin belirleyicileri. *Akademik Bakış Dergisi*, (39).
- [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_01\\_january\\_excerpt.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_01_january_excerpt.pdf). (Erişim tarihi: 19.2.2016).
- Işık, C. (2010). Türkiye’de yabancı ziyaretçi harcaması ve turizm gelirleri ilişkisi: Bir eşbütünlük analizi (1970-2008). *Sosyo-ekonomi*, Temmuz-Aralık, (2).
- Kılıç, B. ve Kurnaz A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler : Pastoral vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2/4.
- Özçam, M. (2013). <http://www.iktisadi.org/turizm-sektorunun-baslica-ozellikleri.html>, (Erişim Tarihi: 15.11.2015).
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). *Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma*. <http://tfefergi.gazi.edu.tr/makaleler/2002/Sayı 2>. (Erişim Tarihi: 9.10.2015).
- Şen, A. ve Şit, M.(2015). Reel döviz kurunun Türkiye’nin turizm gelirleri üzerindeki ampirik analizi. *Journal of Yasar University*, 10/40.
- Tapur, T. (2009). Konya ilinde kültür ve inanç turizmi. *Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi*, 2(9).
- T.C. Merkez Bankası web sitesi, www.tcmb.gov.tr (Erişim tarihi: 16.11.2015).
- TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) web sitesi, www.tursab.org.tr (Erişim tarihi: 5.11.2015).
- TÜİK web sitesi, www.tuik.gov.tr (Erişim tarihi: 5.11.2015).
- TÜSİAD (2014). *Türkiye’de alternatif turizmin gelişimine yönelik değerlendirmeler*. Yayın No. TÜSİAD-T/2014-9/556.
- UNWTO (United National World Tourism Organisation) (2015). (Dünya Turizm Örgütü Tourism Highlights Raporu) (2015) (Erişim tarihi: 20.2.2016).
- UNWTO(United National World Tourism Organisation)(2016). (Dünya Turizm Örgütü Tourism Barometer Yayınları) (2016) (Erişim tarihi: 20.2.2016).
- WTTC (Travel & Tourism Economic Impact) (2015). (Erişim tarihi: 19.2.2016).
- [yigm.kulturturizm.gov.tr](http://yigm.kulturturizm.gov.tr) (Erişim tarihi: 12.11.2015)

**EK 1. ANALİZLERDE KULLANILAN VERİLER 2012(1)-2015(2)**

Dönem	Turizm Geliri(TG) (bin dolar)	Ziyaretçi Sayısı(ZS) (Adet)	Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler Amaçlı Ziyaretçi Sayısı	Eğitimi, Staj Amaçlı Ziyaretçi Sayısı (Gençlik Turizm)	Sağlık ve Tıbbi Nedenler Amaçlı Ziyaretçi Sayısı (Sağlık Turizm)	Dini/Hac Amaçlı Ziyaretçi Sayısı (İnanç Turizm)	İş Amaçlı Ziyaretçi Sayısı (Konferans Turizm)
2012.1	3524422	4219162	1854034	51190	58626	10847	512927
2	7066015	9323459	5841998	86876	53099	27016	634782
3	11055086	15437123	8173244	40441	38054	11016	339311
4	7361478	7484177	4461754	43935	66450	17522	671184
2013.1	4648816	4773826	2150827	46320	75372	7584	575083
2	8315789	10267778	6479165	81561	75343	25499	637422
3	11579006	16057651	8223861	33718	41503	14495	389681
4	7765380	8126971	4826494	28672	75243	11497	730959
2014.1	4807836	5065759	2357392	36848	91855	24355	598896
2	8975976	10967100	7139799	58006	112345	29524	707150
3	12854373	17084013	9427842	32602	82453	19723	318908
4	7667719	8298198	4979006	48868	128005	9578	690271
2015.1	4868890	5344575	2722015	29971	105925	5427	536570
2	7733677	10751351	7023302	41465	93222	40923	648306

Kaynak:TÜİK Çıkış Yapan Ziyaretçiler Anketi

Not: Analiz dönemi 2004(1)-2015(2) dir. Burada 2012(1)-2015(2) çeyrek dönem veriler verilmiştir.

**Not: Hesaplamalar aşağıdaki şekilde yapılmıştır. 2015(2) dönemi için;**

\*Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler Amaçlı Ziyaretçi Sayısı /Toplam ziyaretçi sayısı =  $7023302/10751351=0.6532$

**Gezi, Eğlence, Sportif ve Kültürel Faaliyetler Amaçlı Turizm Geliri**=  $0.653248*7733677 = 5052009.03$

\* Sağlık ve Tıbbi Nedenler Amaçlı Ziyaretçi Sayısı / Toplam ziyaretçi sayısı =  $93222/10751351 = 0.008671$

Sağlık ve Tıbbi Nedenler Amaçlı Turizm Geliri =  $0.008671*7733677= 67056.58$



## YEREL PAYDAŞLARIN EKOTURİZME YÖNELİK YAKLAŞIMLARI: ERZİNCAN DESTİNASYONU ÖRNEĞİ

### LOCAL STAKEHOLDERS' APPROACHES TO ECOTOURISM: THE SAMPLE OF ERZİNCAN DESTINATION

İsmail KIZILIRMAK<sup>1</sup>, Fazıl KAYA<sup>2</sup>, Salih YILDIZ<sup>3</sup>, Zeynep KURTULAY<sup>4</sup>

**ÖZET:** Dünyada gelişen kitlesel turizm hareketleri, ekolojik değerler üzerinde bozulmalara yol açarken, bu kaynakların sonsuz olmadığı ve korunması gerektiğini gündeme getirmiştir. Kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkan ekoturizm, ekolojik alanların sürdürülebilir bir şekilde kullanılmasını ve korunmasını amaçlayan anlayışın sonucunda gelişen bir turizm türüdür. Çalışmanın uygulama alanı olan Erzincan ili, coğrafi açıdan çeşitlilik gösteren, genelde dağlar ve platolarla kaplı olması sebebiyle dağcılık ve tırmanış gibi doğa sporları başta olmak üzere rafting, kano, yamaç paraşütü, kayak, buzul tırmanışı, kampçılık, trekking, dağ bisikleti, offroad, cirit, motorkros ve base jump açısından da ekoturizm potansiyeli taşıyan alanlara sahiptir. Bu çalışmanın amacı; Erzincan ilinin ekoturizm potansiyelini yerel paydaşların fikirleri çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma kapsamında, yerel paydaşların görüşleri sonucunda elde edilen verilere göre; Erzincan'ın ekoturizm açısından zengin bir coğrafya olduğu ancak sahip olunan bu potansiyelin yeterince harekete geçirilemediği sonucuna varılmıştır.

**Anahtar sözcükler:** Ekoturizm, Yerel Paydaşlar, Erzincan

**ABSTRACT:** Today in the world, mass tourism movement have created a negative impact on environmental values. These problems make something a current issue like protection of natural's resources and a day by day these resources is destroyed. Ecotourism which emerged as an alternative to mass tourism, is a type of alternative tourism that use of ecological areas in the frame of sustainable understanding. Erzincan province which is study destination generally covered with the mountain and plateaus and also it shows alteration by geographically. To cover with mountains it has also improved extreme sports especially like rafting, mountaineering, climbing, canoeing, paragliding, skiing, ice-climbing, camping, trekking, mountain-biking, off-road, javelin and base jumper. So the aim of this study is that in terms of the possibilities, it has to determine how to assess the nature in Erzincan. For this aim, with semi-structured interview technique which one of the qualitative research method will be taken the ideas of local stakeholders and so data obtained will be subjected to content analysis. It was concluded that local stakeholders agreed that Erzincan has a rich geography in terms of ecotourism but that this potential is not being acted.

**Keywords:** Ecotourism, Local Stakeholders, Erzincan

<sup>1</sup> Prof.Dr., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fak, Turizm İşletmeciliği Bölümü, İstanbul, ikizilirmak@yahoo.com.

<sup>2</sup> Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi, İktisat Fak., Turizm İşletmeciliği Bölümü., İstanbul, fazilkaya86@gmail.com.

<sup>3</sup> Arş.Gör., Atatürk Üniversitesi, Turizm Fak, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Erzurum, salih.yildiz@atauni.edu.tr.

<sup>4</sup> Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, İstanbul, zeynepkurtulay@gmail.com.

## 1. GİRİŞ

Turizm insanların ikamet ettikleri bölgelerden farklı coğrafyalara yaptıkları seyahatlerden ve konaklamadan doğan ihtiyaçların karşılanmasına ilişkin faaliyetler bütünüdür (Olalı, 1986). İnsanlar, tarihin farklı dönemlerinde yeni motivasyon ve ihtiyaçlara göre seyahat etmişlerdir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010). Endüstri Devrimi ile beraber yaşanan sosyal ve ekonomik gelişmeler sonucunda seyahat nedenleri yelpazesi genişleyerek kitlesel bir kimlik kazanmıştır. Turizm, İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemde, daha da yaygınlaşarak hemen hemen her kesimden insanın katılabildiği bir faaliyet haline gelmiştir. Bu gelişmelerse, beraberinde bazı çevresel sorunların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Özellikle turizmin geliştiği ilk dönemlerde, kıyı bölgelerine gerçekleştirilen kitlesel turizm hareketleri sonucunda yaşanan yığılmalar doğal alanların tahrip edilmesine neden olmuştur (İbret ve Cansı, 2016; İsayeva ve Kasalak, 2016). Bunun doğal bir sonucu olarak kentlerin gürültülü yaşamından uzaklaşmak isteyen bireyler, deniz-kum-güneş vaat eden bölgeler yerine alternatif turizm anlayışıyla hizmet sunan bölgelere yönelmiştir.

Günümüzde artan çevre kirliliği, doğanın bozulması gibi çeşitli olumsuzluklar, insanları çevre konusunda daha fazla düşünmeye sevk etmiştir. Çevre konusunda daha duyarlı hale gelen bireylerin, turizm olgusuna bakışı değişmiş ve bu bireyler doğal güzelliklere sahip alanları korumak ve gelecek nesillere aktarabilmek için turizm tercihlerini değiştirmişlerdir. Kitle turizminin yapısı gereği yarattığı olumsuz etkiler ve alternatif turizm türlerine olan ihtiyacın artması, yeni turizm türlerinin oluşmasına yol açmıştır. Bu bağlamda ortaya çıkan “ekoturizm” kavramı, turistik çekim merkezi olabilecek doğal kaynaklara ve onların korunmasına vurgu yapan bir alternatif turizm türü olmuştur. Alternatif turizm türlerine (ekoturizm, kırsal turizm, dağcılık, yayla, kuş gözlemciliği, kış turizmi vb.) olan talep artış göstermiştir (Kızırmak, Çifçi ve Kaya, 2015). Alternatif turizm türlerinden biri olarak kabul edilen ekoturizm, çevre üzerinde yaşanan tahribat vb., zararları göz önünde tutarak, doğaya uyumlu bir turizm hareketini desteklemektedir (Regmi ve Walter, 2016). Sürdürülebilirlik kavramı içerisinde, milli parklar gibi koruma altına alınmış bölgelerde on yıllardır uygulanmasına rağmen, ekoturizmin kitle turizmine karşı bir alternatif olarak kimlik kazanması ve turizmin bir türü olarak değerlendirilmesi ise oldukça yenidir (Weaver, 2001, s. 107). Turizmin çevre üzerinde olumsuz etkilerinin minimize edilmesi anlayışı ve doğa temelli bir turizm talebinin artışı, ekoturizm faaliyetlerinin gelişmesinde etkili olduğu söylenebilir.

Belli bölgelerde yoğunlaşan turizm hareketlerinin daha geniş bir alana yayılması, bölgesel kalkınma ve istihdam yaratma gibi faydaları nedeniyle de ekoturizm önemli bir olgudur. Ancak doğası bozulmamış alanlara yapılacak bu seyahatlerin, gidilen coğrafyaya ve o coğrafyada yaşayan insanlara faydalı olabilmesi için, bölgede hem yaşayan hem de turizmle ilgilenen bireylerin görüşlerinin alınması gerekmektedir. Turizm için potansiyel taşıyan bölgelerin turizme açılmadan önce, bütün aktörlerin içinde olduğu bir çerçevede ele alınması önem taşımaktadır. Böylece üzerinde uzlaşılan ve yerel paydaşların da katılımcı olduğu bir turizm hareketinden söz edilmiş olunur. Yerel paydaşlar, turizme olan yaklaşımları, turistlerle etkileşim içinde olmaları ve turizme yön vermeleri nedeniyle turizm endüstrisinde önemli bir aktör olarak görülmektedir. Çalışmanın uygulama alanı olan Erzincan ili; doğal, tarihi ve kültürel açıdan birçok alternatif turizm türüne ve özellikle ekoturizm için vazgeçilmez olanaklara sahiptir. Ayrıca ülke turizm olanaklarının çeşitlendirilmesi, doğru yatırımların doğru destinasyonlara çekilmesi ve ulaşılabilirliğin sağlanması açısından doğal bir cazibe merkezi konumundadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı; Erzincan İli'nin ekoturizm açısından sahip olduğu olanakların nasıl değerlendirildiğini/değerlendirilebileceğini yerel paydaşların da görüşlerini alarak değerlendirmektir.



## 2.EKOTURİZM

### 2.1.Ekoturizm Literatür

Ekosistemin parçaları (iklim, bitki ve toprak) binlerce yılın sonunda evrimleşerek ortaya çıkmışlardır. Canlı ve cansız bütün parçalar arasında, güçlü bir denge ve düzen mevcuttur. Ekosistem içinde bu dengenin yok olması durumunda, bütün parçalarda geriye dönüşü olmayan hasarlar oluşmaktadır. Canlı bir varlık olan insan da bu sistemin bir parçasıdır (Yeğen vd., 2007). Tüm canlılarda olduğu gibi insanın da yaşaması, gelişmesi ve mutlu olması ekolojik sisteminin doğru işlemesine bağlıdır. İnsanın, doğanın bir parçası olduğu ve doğa ile etkileşim içinde olduğu görüşü, her geçen gün daha fazla benimsenmektedir. Dolayısıyla insanlarda, kendi yaşamsal çıkarları yanında, doğa dengesini de gözeterek yaşaması gerektiği bilinci gelişmiştir. Doğal dengenin korunması ilkelerinden sınırlılık ilkesi (taşıma gücü), yok olmama ilkesi (atıkların uzun süre yok olmaması) ve tepki ilkesi (ekolojik sistemde yaşanan dengesizlikler), doğa ve insan arasında yaşanan ilişkileri ortaya koymaktadır (Ertürk, 1998). Bozulmamış doğa alanları, yeryüzünde giderek kıtlaşan kaynaklar arasındadır ve korunmaları gerekmektedir. Bu nedenle turizm endüstrisi açısından doğal kaynaklar ve ekolojik unsurların önemi giderek önem kazanmaktadır (Ünal, 1990). Bugün insanların, günlük yaşamlarında kendi etraflarında oluşan kirliliğe karşı olmakla beraber, tatilleri sırasında da doğaya en az zarar veren turizm türlerine yönelmeye başlamış olduklarını görmekteyiz (Mundt, 1990; Cheia, 2013; Kızıllırmak, Kaya ve Şişik, 2014). Kitle turizmine tepki olarak ortaya çıkan bu anlayışı, alternatif turizm türleri içerisinde değerlendirmek mümkündür. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından alternatif turizm; “sosyal ve ekolojik uyuma, yerel ve yabancı girişimcilerin işbirliğine ve gelişmede yerel malzeme kullanılmasına öncelik verme amacı güden bir turizm çeşididir” şeklinde tanımlanmıştır (Uçar, Çeken ve Ökten, 2010). Özetle ekolojik anlayış içerisinde yapılan alternatif turizm, doğa temeline dayanarak bölge olanakları çerçevesinde yerel halk ile azami ölçüde etkileşime dayalı bir turizm türü olarak değerlendirilebilir.

Ekoturizm hareketlerinin başlangıcını ise çevre üzerinde gelişen tartışmalar oluşturmuştur. Çevre üzerine ilk çalışmalar, 1970 yılında Stockholm’da düzenlenen “*İnsan Çevresi*” üzerine konferansta ele alınmıştır. Bu konferansta, çevrede yaşanacak en ufak olumsuz bir gelişmenin bütün dünyayı etkileyebileceği görüşü öne çıkmıştır (Çakar, 2013). Bu gelişmelerle beraber 1992 yılında gerçekleştirilen Rio Çevre Zirvesi’nde sürdürülebilirlik kavramı çerçevesinde çevre üzerine çeşitli ölçütler belirlenmiş ve belirlenen bu ölçütlerin turizme yansması olarak “ekoturizm” kavramı irdelenmiştir. Kanada’da 2002 yılında düzenlenen ve 133 ülkeden 1100 delegenin katılımı ile gerçekleşen “*Dünya Ekoturizm Zirvesi*” ise, ülkelerin ortak bir ekoturizm tanımı etrafında birleşmesi ile sonuçlanmıştır. Bu zirvede ekoturizm, “yeryüzünün doğal kaynaklarının sürdürülebilirliğini güvence altına alan, bunun yanı sıra yerel halkların ekonomik kalkınmasına destek olurken, sosyal ve kültürel bütünlüklerini koruyup gözetilen bir yaklaşım ya da tavır” şeklinde ifade edilmiştir (Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği, 2015). Ekoturizm, kitlesel turizm hareketlerinin tahrip edici etkilerini ortadan kaldırmak amacıyla ortaya çıkmıştır. Ekoturizmde, kitlesel turizmin aksine; içinde bulunduğu doğal çevreden, sahip olduğu maddi-manevi kültürel varlıklardan yararlanırken onların korunması ve sürdürülebilirlik kapsamında gelecek nesillere aktarılması amaçlanmaktadır. Özdemir (1997), turizmin genellikle ekolojik dengenin çok hassas olduğu yerlerde gerçekleşen bir faaliyet olduğuna dikkat çekmiştir. Çok dikkat edilmediği takdirde, bu alanların doğal dengesi kolayca bozulmaktadır (Özdemir, 1997; Haberal, 2015).

Turizm literatüründe ise, doğa ile ilgili anlayışın akademik çerçevede ele alındığı ilk çalışma, 1976 yılında Budowski tarafından yazılan “*Turizm ve koruma: çatışma, birlikte yaşama ya da ortak yaşam (“Tourism and conservation: conflict, coexistence or symbiosis”)*” adlı çalışmadır. Araştırmada, kaynakların ekolojik prensipler çerçevesinde kullanılması gerektiği üzerinde durulmuştur (Budowski, 1976). Günümüzde yaygın olarak kullanılan ve kabul edilen

ekoturizm kavramı ise ilk defa Hector Ceballos-Lascurain tarafından ortaya atılmıştır. Yazar ekoturizmi; “vahşi hayvan ve bitkilerin bulunduğu doğal manzaraları seyretmekten keyif alan, beğenen, bunun yanında kültürel etkinliklere giden insanların dokunulmamış ve kirletilmemiş doğal alanlara seyahat etmesidir” şeklinde tanımlamıştır (Ceballos-Lascurain, 1987; Cheia, 2013). Ekoturizmi; bozulmamış doğa, doğa temelli turizm kavramlarıyla açıklamaya çalışan ilk akademisyenler ise, Laarman ve Durst (1987) olmuş ve ekoturizmi “eğitim, rekreasyon ve macera” unsurlarını barındıran turizm türü olarak ifade etmişlerdir. Doğa temelli ekoturizm tanımı yapan bir diğer isim ise Valentine’dır. Valentine (1992), yaptığı tanıma rekreasyonu da eklemiş ve ekoturizmin öncelikli esasının doğaya zarar vermeden eğlenmek olduğunu vurgulamıştır. Ayrıca Valentine, ekoturizm kapsamında sayılabilecek üç tür faaliyetten söz etmektedir. Bunlar; doğal çevreye bağlı faaliyetler, doğanın geliştirdiği faaliyetler ve doğal ortam içerisinde tesadüfi olarak gerçekleşen faaliyetlerdir (Laarman ve Patrick, 1987; Valentine , 1992; Mehmetoğlu, 2005). Ekoturizm ya da doğa turizmi olarak adlandırılan bu turizm türü, nispeten bozulmamış ya da kirletilmemiş doğal bölgelere yapılan, bölgede bulunan doğal yaşamı ve kültürel varlıkları incelemek ve bundan zevk almak için gerçekleştirilen seyahatler olarak tanımlanabilir (Luzar, vd., 1995). İlgili literatür incelendiğinde ekoturizmin, “doğa turizmi, doğaya dayalı turizm, yeşil turizm, yumuşak (soft) turizm, özel ilgi turizmi, sorumlu turizm ve alternatif turizm” gibi pek çok isim altında değerlendirildiği görülmektedir. Ekoturizm faaliyetleri; eğitime-bilinçlendirme unsuru, çevreyi koruma-destek olma faaliyetleri ve ekolojik olarak sürdürülebilirlik konularına önem vermesi gibi çeşitli karakteristik özelliklere de sahiptir (Newsome, Dowling ve Moore, 2005, s. 13).

Ekoturizm kavramının gelişmesiyle birlikte “ekoturist” olarak adlandırılabilen yeni bir turist tipi oluşmuştur. Ekoturistler, deniz-kum-güneş konseptinden sıkılan, gittikleri yerlerin kültürlerini öğrenmek, doğal zenginliklerini görmek ve yerel yaşamını deneyimlemek isteyen, eğitilmiş ve kültür seviyesi yüksek bireylerdir (Demirhan, 1990). Ceballos-Lascurain (1987) ekoturizm konseptinde ekoturistlerin, doğadan zevk alan ve doğal kaynakların korunması konusunda hassas olan kişiler olduğunu ifade etmektedir. Ekoturistler, gözlemlerinde/gezilerinde diğer turistlere oranla daha pasif ve daha az tüketici konumundadırlar (Luzar, vd., 1995). Ayrıca kalış sürelerinin, diğer turist tiplerinden daha uzun ve seyahat etme sıklığının daha fazla olduğu, daha fazla harcama yaptıkları ve aktivitelerde daha fazla yer aldıkları da bilinmektedir (McKercher ve Chan, 2005). Ekoturistler, seyahat ettikleri bölgelerin doğal güzelliklerini görmek ve kültürlerini deneyimlemek, yerel halkın olağan yaşamına tanık olmak ve onlara eşlik etmek için seyahat eden; orta ve üzeri gelir gruplarına dâhil olan ve zengin kültürel birikimi olan bir turist profili ile karşımıza çıkmaktadır (Özel, 2010; Sezgin ve Gümüş, 2016). Ekoturistleri temel olarak, doğal yaşamla ve sosyal etkileşimle kendini bütünleştirme ve dolayısıyla kendini doğanın bir parçası olarak görme eğiliminde olan bireyler olarak tanımlayabiliriz.

Dünya Turizm Örgütü (2016) verilerine göre, uluslararası ölçekte 2015 yılında turizm hareketinde 1,186 milyon turist varışı gerçekleşmiştir. Toplam turist varışı içerisinde; tatil, rekreasyon ve diğer boş zaman amaçlı seyahat edenlerin oranı %53 iken, iş ve toplantı amaçlı seyahat edenlerin oranı %14, akraba, arkadaş, dinsel, sağlık ve hac gibi diğer nedenlerle seyahat edenlerin oranı %27 ve son olarak seyahat nedenini tam olarak açıklamayanların oranı ise %6’dır. McKercher ve Chan (2005) yaptıkları araştırma sonucunda, küresel boyuttaki turizm hareketleri içerisinde ekoturizmin % 20’lik bir paya sahip olduğunu, uluslararası alanda seyahat eden turistlerin ise % 40 ila % 60 oranında ekoturist olduğunu ifade etmiştir. Çalışmanın devamında ise Avustralya’yı ziyaret eden turistlerin yarısından fazlasının ekoturist olduğu, Güney Afrika’daki ekoturizm payının % 45, Tazmania’daki ekoturizm payının da % 69 olduğu ve gelen ekoturistlerin % 86’sının uluslararası turistler olduğu belirtilmiştir.

Ekoturizm de kullanılan doğal kaynaklar; güzel manzaralı yerler, dağlar, ormanlar, kanyonlar, çöller, göller, volkanik araziler ve mağaralardır (Küçükaslan, 2007; Haberal, 2015; İbret ve Cansı, 2016). Bu nedenle turizmde sürdürülebilirlik açısından, bu alanların

ziyaretçilerinde katkılarıyla birlikte korunması temel felsefe olmalıdır. Ekoturizm hareketi, doğayı koruma düzeylerine göre farklı sınıflandırmalara tabi tutulmaktadır. Orams (1995) ekoturizmi, aktif ve pasif ekoturizm olarak iki grupta incelemektedir. Aktif ekoturizmde gidilen doğanın geliştirilmesi ve sürdürülebilirlik ilkesi göz önünde tutulurken, pasif ekoturizmde ise gidilen yere zarar vermeme düşüncesi göz önüne alınmaktadır. Bunun yanında ekoturizm, kullanılan araçlara göre (bisiklet, balon ve raft); ziyaret edilen yerin doğasına göre (dağla, yayla ve mağara); yapılan etkinliğin özelliklerine göre (akarsu, av, bilim ve trekking) bazı sınıflara ayrılmaktadır. Turizm türleri açısından ekoturizm; yayla turizmi, kuş gözlemciliği, foto safari, yaban hayatı gözlemciliği, sportif olta balıkçılığı, bisiklet turizmi, balon turizmi, sualtı dalış, tarım ve çiftlik turizmi, av turizmi, botanik turizmi, mağara turizmi, trekking, dağcılık, akarsu turizmi, yamaç paraşütü ve atlı doğa yürüyüşü şeklinde sıralanabilir (Erdoğan, 2003). Genel olarak doğal yaşam alanı içerisinde ve doğaya zarar vermeden yapılan turizm türleri ekoturizm kapsamında değerlendirilebilir.

Ekoturizm faaliyetlerinin her ne kadar yöre halkına ve çevresel alanlara olumlu katkısı olduğu bilinse de iyi planlanmadığı takdirde, kitle turizmini aratmayacak derecede olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir. Ekoturizm destinasyonlarının hassas bölgeler olduğu için, oluşacak en ufak bir hata, doğal kaynakların yok olmasına ve geri dönüşü olmayan zararlara yol açabilecektir (Küçükaslan, 2007). Bununla birlikte ekoturizmde fayda maliyet analizi sadece endüstri bazlı düşünülmeyle, yerel toplumun gelişmesi ve doğanın korunması açısından da önemlidir. Fayda maliyet analizinin sosyal ve kültürel bazı kalemleri vardır ki bunların ölçülmesi oldukça zordur (Erdoğan, 2003). Bu nedenle ekoturizme açılan bölgelerin taşıma kapasitelerinin belirlenmesi öncelikli konuların başında gelmektedir. Ekoturizmin, genelde dört temel unsur üzerinde şekillendiği görülmektedir. Bunlar; doğal çevre, sahip olunan kültürel ve doğal kaynakların sürdürülebilirliği, eğitim yoluyla insanların bilgilendirilmesi ve bölgesel ekonomik faydalar olarak ifade edilebilir (Kaypak, 2010, s. 96; Arslan, 2005, s.34; Bolton, 1997, s. 231).

Mahanta (2014), Dibru-Saikhowa Milli Parkı üzerine yapmış olduğu çalışmada; ekoturizm alanlarının korunması için yerel paydaşların etkin bir çabası ve işbirliğinin olması gerektiğini ortaya koymuştur. Bozok ve Yılmaz (2008) da, yöre halkının ekoturizm katılımının sağlanması gerektiğini ifade etmiştir. Böylece ekoturizme katılan yöre halkının moral ve motivasyonunda artışın sağlanacağını, dolayısıyla kaynakların daha duyarlı kullanılacağını dile getirmektedir. Scheyvens (1999)'in yerel halkın güçlendirilmesi ve ekoturizm üzerine yapmış olduğu çalışmada; ekoturizmin yerel halk üzerine sosyal, ekonomik, psikolojik ve politik etkileri göz önünde tutularak, ekoturizm aktivitelerinde ortaya çıkan kazancın eşit bir şekilde dağılması ve ekoturizm gelişimi üzerinde yerel halkın kontrolünün olması durumunda başarı sağlanacağını vurgulamıştır. Kaypak (2010), toplumsal temelli bir turizmin oluşturulmasının, sahip olunan doğal ve kültürel varlıkların korunabilmesi açısından önemli olduğunu ifade etmiştir. Gerek altyapı yatırımlarının yapılması, gerek arazilerin kullanıma açılması konusunda yerel ya da merkezi yönetimlerin bilinçli bir şekilde hareket ederek doğal kaynakları korumaya özen göstermesi, ekoturizmin gelişimi için son derece önemlidir. Ekonomik kalkınma amacıyla olan bölgeler için, çevre tahribatı yapan faaliyetler yerine alternatif ekonomik getiri yaratması nedeniyle ekoturizm öncül ve kabul edilebilir bir faaliyet alanıdır. Ekoturizm uygulamalarının hem bölge halkına gelir getirici rolünü üstlenmesi, hem de çevreye duyarlı bir hareket anlayışına sahip olması, turizmin gelişimi için doğru bir tercih olarak görmek mümkündür (Bozok ve Yılmaz, 2008; Regmi ve Walter, 2016). Ekoturizmin gelişimi için stratejik program ve planlamaların yapılmasıyla birlikte özellikle turizm paydaşları olan belediyeler, kamu kurum niteliğindeki meslek kuruluşları, sendikalar, üniversiteler, sivil toplum örgütleri, özel kuruluşlar ve diğer ilgililerin katılımının sağlanması uygulanacak politikaların başarılı olmasını sağlayacaktır.

## 2.2. Erzincan'da Ekoturizm

Erzincan ili, Doğu Anadolu Bölgesinde yer alıp, doğuda Erzurum, batıda Sivas, güneyde Tunceli, Bingöl, Elazığ ve Malatya ve kuzeyde Gümüşhane, Bayburt ve Giresun illeri ile çevrilidir. Erzincan ili genellikle dağlar ve platolarla kaplıdır. Erzincan ilinde dağlar, toprakların % 60'ını kaplarken, % 20'sini ise yaylalar kaplamaktadır. Ayrıca il sınırları içerisinde, Fırat ırmağı da geçmektedir. Erzincan ili, karasal bir iklime sahip olmasına rağmen, yükseltilerden dolayı yer yer başka iklimler de görülebilmektedir (Erzincan Valiliği, 2016b).

Şahin (2009) tarafından Erzincan ilinin ekoturizm potansiyeli üzerine yapılan araştırmada, ilin doğal ve kültürel mirası göz önüne alındığında zengin bir ekoturizm potansiyeline sahip olduğu vurgulanmıştır. Erzincan ilinde, ekoturizm kapsamında potansiyel taşıyan alanlar ve bu alanlarda yapılan ekoturizm faaliyetleri aşağıda sıralanmıştır.

**Dağcılık ve tırmanış:** Genelde dağlar ve platolarla kaplı olan Erzincan ili, coğrafik açıdan çok çeşitli yeryüzü şekillerine sahiptir. Erzincan ili, yüzölçümünün büyük bir kısmının dağlarla kaplı olması sebebiyle dağcılık ve tırmanış gibi doğa sporlarına uygun bir coğrafik alandır. Karanlık kanyon, yaklaşık 25 km. uzunluğu, 1000 m. geçen derinliği, bazı kesimlerde 10-15 m'ye kadar daralan tabanı ve % 90'a varan yamaç eğimi gibi özelliklere sahip olmasıyla dağcılık ve kanyoning etkinliklerinin yapılabilmesine olanak tanır (Akpınar, 2004: 216). Karanlık Kanyon ve Acemoğlu Boğazı, kaya tırmanışı ve dağcılık için Erzincan'da bulunan en uygun yerlerden ikisidir. Ayrıca Ardıçlı Gölü, Yedigöller ve Aygır Gölü güzergâhlarında da kaya tırmanışı yapılabilir. Doğa yürüyüşü ve kamp kurmayı da içeren dağcılık sporu için ise; Esence, Dumanlı, Ağbaba, Coşan, Munzur ve Ergan Dağı zirveleri vardır. Erzincan'da bulunan çeşitli dernekler aracılığıyla bu sporlar, yılın belli dönemlerinde düzenlenen çeşitli etkinliklerle profesyonel biçimde yapılmaktadır.

**Rafting:** Erzincan'da rafting, genelde Nisan ve Ağustos ayları arasında Karasu (Fırat) Nehri üzerinde yapılmaktadır. Rafting parkurlarına ulaşım kolay olup, bu parkurlar, Erzurum-Erzincan karayolları güzergâhı üzerinde bulunmaktadır. Erzincan, 2002 yılında Türkiye Rafting Şampiyonası'na ev sahipliği yapmıştır ve raftingin ilde geliştirilmesi amacıyla çeşitli organizasyonlar düzenlenmektedir. Özellikle Mayıs ayında 6'lık ve 5'lik rapitler oldukça fazladır. Yollarüstü-Mutu arasındaki parkurun uzunluğu 40 km.'yi bulmaktadır. Mayıs ayından sonra suların azalmasıyla Sansa-Bağlar mevkiinden (Erzincan-Erzurum karayolu 55 km.) Mutu'ya kadar 26 km.'lik bir parkur oluşur (Şahin, 2009: 80).

**Kano:** Kano; düz tipli, tek bir pagayla yürüyen, hafif ve portatif bir tekneyle akıntılı ve durgun sularda yapılabilen bir su sporudur. Fırat Nehri (Karasu), Mercan Deresi, Kömür Çayı ve Tuzla Çayında debinin yüksek olduğu bahar aylarında akıntılı su kanosu yapılabilirken; Mertekli Regülatörü, Tercan Baraj Gölü, Erzincan Baraj Gölü ve Keban Baraj Gölünde ise, durgun su kanosu yapılabilir. Özellikle Karasu ırmağı; hem Sansa Boğazında, hem de Kemah ve Kemaliye Boğazlarında akarsu turizmine olanak tanımaktadır (Akpınar, 2004: 217). Ayrıca bu güzergâhlarda kanyoning, su kayağı ve optimist gibi sporların da yapılabilmesi için uygun parkurlar bulunmaktadır.

**Yamaç paraşütü:** Erzincan ili, sahip olduğu termikler ve coğrafi şartlar dolayısıyla yamaç paraşütünün yapılabilmesi için önemli coğrafyalardan birisidir. Yamaç paraşütünün hemen hemen her mevsim yapılabilmesine olanak veren Erzincan ili, dünya yamaç paraşütü şampiyonalarına ev sahipliği yapan önemli bir merkezdir. 2013 yılında Erzincan ilinde düzenlenen dünya yamaç paraşütü şampiyonasına 41 ülkeden 125 sporcu katılmıştır. Keşiş ve Munzur Dağları, bu sporun yapılabilmesine olanak veren iki bölgedir. Ayrıca Erzincan, Türk Hava Kurumu'nun paraşüt eğitimi verdiği önemli merkezlerden biridir (Anka Havacılık, 2016).

**Kayak:** Alp-Himalaya kıvrım kuşağı üzerinde yer alan dağların içerisinde bulunduğu Erzincan ili arazisinin % 60 'ından fazlası yer yer zirveleri 3000 m.'yi geçen dağlık alanlardan

oluşmaktadır. Bu durum yöreyi; dağ turizmi, kış sporları ve alpinizm açısından önemli kılmaktadır (Şahin, 2009: 74). Erzincan kış sporları açısından da önemli potansiyele sahip bir coğrafyadır. 2013 yılında Ergen Uluslararası Dağ Kayağı Şampiyonası'yla açılışı yapılmış ve Şubat 2016'da bu organizasyonun ikincisi düzenlenmiş olmakla birlikte; Ergen Dağı Kış Sporları ve Doğa Turizmi Merkezi 12 km. uzunluğunda ve çeşitli zorluk derecelerinde pistlere sahip bir kayak merkezidir. Kayak dışında farklı sportif ve eğlenceli aktivitelerin yapılabileceği bu turizm merkezi aynı zamanda yeni teknolojik telesiyej sistemine sahiptir (Erzincan Valiliği, 2016a).

**Buzul tırmanışı:** Buzul tırmanışı, kış mevsiminde Erzincan'a 30 km. mesafede bulunan Girlevik Şelalesi'nin donması sonucu oluşan sarkıtlara tırmanarak yapılabilmektedir. Şelalenin donmasıyla oluşan bu sarkıtların uzunluğu 25-30 m.'yi bulmaktadır. Her yıl geleneksel olarak tırmanış yapılan bu şelale, ayrıca sıcak mevsimlerde önemli bir mesire alanıdır (Şahin, 2009: 77).

**Kampçılık:** Doğa sporlarının ayrılmaz bir parçası olan kampçılık, insanda heyecan ve coşku yaratarak katılımcısını kendine bağlayan bir aktivitedir. Her sportif aktivitede olduğu gibi kampçılıkta da uyulması gereken kurallar vardır. Doğada karşılaşılabilecek bazı olumsuz durumların üstesinden gelinebilmesi için bu aktiviteyi profesyonel bir biçimde yerine getirmek gerekmektedir. Esence Dağı, Ergen Dağı, Yedigöller, Refahiye Dumanlı Ormanları ve Bayırbağ Değirmenönü Mevkileri Erzincan'da kamp yapılabilecek en uygun yerlerden bazılarıdır. Ergen Dağı, ayrıca şehir merkezine yakınlığıyla da bu faaliyeti gerçekleştirmek için seçilebilecek uygun yerlerden birisidir.

**Trekking:** Trekking; doğada, genelde gruplar halinde, bir noktadan diğer bir noktaya varmak amaçlı yapılan, hafif tempolu sportif yürüyüştür. Bir alternatif turizm çeşidi olarak trekking, her geçen gün daha fazla insana hitap etmekte ve ekonomik bir olgu haline gelmektedir. Erzincan'ın renkli doğası bu sporun hemen hemen her mevsimde ve her yerde yapılabilmesine olanak vermekle birlikte, Yaylabaşı Ardıçlı Gölü, Bayırbağ, Yedigöller ve Aygır Gölü güzergâhları trekking yapmak için en uygun yerlerdir (Erzincan Valiliği, 2016a).

**Dağ bisikleti:** Erzincan, bisiklet severler için muhteşem manzara ve doğal güzelliklere sahip bir coğrafya olmakla birlikte birçok parkura sahiptir. Erzincan'da bu sporun geliştirilmesi için kurulmuş dernekler bulunmaktadır ve bu dernekler, yılın belli zamanlarında çeşitli organizasyonlar düzenlemektedirler.

**Offroad:** Offroad olarak bilinen ve 4x4 arazi araçları ile doğada zor koşullarda yol alma özelliği ile tanınan bu doğa sporu "yol dışı" anlamını taşır. Zor koşullarda ve engebeli arazide gerçekleştirilen bu spor için Ergen Dağı ve Ekşisu mevki uygun yerlerden ikisi olmakla birlikte Erzincan'ın birçok bölgesinde bu sporun yapılabilmesi olanaklıdır. Ayrıca arazi koşulları yamaç paraşütü, doğa yürüyüşü, yön bulma, motokross ve offroad gibi bireysel ve takım halinde yapılabilen pek çok doğa sporuna uygundur. Yörenin bu özelliği Türkiye Dağcılık Federasyonu'nun dikkatini çekmiş, 1995 yılı yaz temel eğitim kurslarından biri 17-23 Mayıs tarihleri arasında Kemaliye 'de yapılmıştır (Akpınar, 2004).

**Cirit:** Genelde Doğu Anadolu ve İç Anadolu bölgesinde kulüpleri olan ve Türklerin ata sporu olarak bilinen cirit için Erzincan önemli bir merkezdir. Erzincan'da bu sporun yapılabilmesi için üç adet nizami ölçülerde kum ve toprak karışımı tribünlü cirit sahası mevcuttur. Erzincan'ın kurtuluşu olan 13 Şubat'ta ve diğer özel günlerde çevre illerde bulunan kulüplerin de katılımıyla çeşitli yarışmalar düzenlenmektedir.

**Motocross:** Genelde engebeli arazi ve zorlu toprak pistlerde yapılan bu spor için Erzincan, sahip olduğu doğal güzellikler ve uygun arazi yapısı sayesinde önemli bir merkezdir. Oluşturulan kulüpler sayesinde çeşitli yarışmalar ve organizasyonlar düzenlenerek bu sporun geliştirilmesi hedeflenmektedir.

**Base jump:** Genelde İzlanda ve Norveç gibi dik kıyılara sahip ülkelerde yüksek platformlardan atlayarak yapılan bu spor Erzincan'da ilk kez, 2013 yılında 35.'si düzenlenen Kemaliye Uluslararası Kültür ve Doğa Sporları Şenliklerinde yapılan atlayışlarla gerçekleştirilmiştir. Atlayışlar Karanlık Kanyon üzerine gerdirilen 480 metrelik yükseklikteki platformlardan yapılmaktadır (TÜRSAB, 2013).

### 3. METODOLOJİ

#### 3.1. Araştırmanın Amacı

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planında, Türkiye'de turizm hareketlerinin bütün bir yıla yayılması ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi adına, sağlık ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, kongre ve fuar ve ekoturizminin geliştirilmesine öncelik verilmiştir. Ekoturizmin geliştirilmesi için alınacak önlemlerden bazıları şunlardır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007):

- Ekoturizm kapsamına alınan alanlarda bulunan mağara, şelale vb. doğal oluşumlar ile sportif ve rekreasyon alanları gibi çekicilik merkezlerinde gerekli çevre düzenlemeleri ve altyapı çalışmaları yapılacak,
- Ekoturizm bölgelerinin özelliklerinin bilimsel olarak araştırılmasına ve tanıtılmasına imkân sağlayacak araştırma merkezleri ve bilim müzeleri kurulacak,
- Ekoturizm bölgesinde yaşayan yerel halka; pansiyonculuk, servis ve kalite, işletme yönetimi ve hediyelik eşya üretimi vb. konularda eğitimler verilecek ve
- Bölge özelliklerini yansıtan müze evlerin açılmasına destek verilecektir.

Raporun devamında (2007), geliştirilmesine öncelik verilecek ekoturizm bölgeleri içerisinde Bolu-Zonguldak-Bartın-Kastamonu-Sinop illerini kapsayan bölge, Toros Dağları'nın eteklerinde Antalya-Mersin illerinin birleştiği alanlar, Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars ve Ardahan illerini kapsayan Kış Koridoru bölgesinden oluşan Ekoturizm Koridoru yer almaktadır. Söz konusu bölgelerde ekoturizmin yaygınlaşması, ekolojik çevrenin korunması, doğal bölgenin özelliklerine uygun yapılaşmanın gerçekleştirilmesi ve bölgede yaşayan halkın kalkınmasını sağlamak öncelikli hedef olarak belirlenmiştir.

Ekoturizm destinasyonlarında, kamu kuruluşları, özel sektör, yerel ve sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler gibi paydaşların katılımı ile ekoturizm alanlarının daha etkin kullanılmasını sağlayacağı açıktır. Çalışma alanı olan Erzincan ili; doğal, tarihi ve kültürel açıdan birçok alternatif turizm türüne özellikle ekoturizm açısından önemli çekiciliklere sahiptir. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı; yerel paydaşların gözüyle Erzincan ilinin ekoturizm açısından sahip olduğu olanakların nasıl değerlendirildiğini/değerlendirilebileceğini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında yerel paydaşların görüşlerinin değerlendirilmesi için;

- Erzincan ilinin turizm açısından değerlendirilmesi ve turistlerin ilin tercih nedenleri,
- Erzincan ilinin ekoturizm açısından değerlendirilmesi,
- Erzincan ilinde ekoturizm açısından potansiyel değer taşıyan yerler,
- Erzincan ilinin ekoturizm açısından avantajları ve dezavantajlarının ortaya konulması ve dezavantajlarının giderilmesi için yapılması gerekenler,
- Ekoturizm açısından Erzincan ilinin zenginliklerinin maksimum faydanın sağlanması için gerekli adımlar şeklinde sorular yönetilmiştir.

#### 3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, öncelikle ekoturizm üzerine yapılmış araştırmalar, akademik çalışmalar, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından sunulan raporlar, online veriler, Erzincan ili Kültür ve Turizm Müdürlüğü ve İl Valiliği web siteleri vb. gibi ikincil veri kaynaklarından yararlanılarak

Erzincan ili ekoturizm alanları üzerine bir değerlendirmeye gidilmiştir. Daha sonra sosyal bilimlerde oldukça yaygın olan nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniği kullanılmıştır. Yazarlar tarafından ilgili literatür taraması yapıldıktan sonra, beş tane görüşme sorusu hazırlanarak, yerel paydaşlara bu sorular yöneltilmiştir. Yerel paydaşlar olarak Erzincan ilinde faaliyet gösteren otel işletmesi yöneticisi, seyahat acentesi yöneticisi, akademisyen/ profesyonel turist rehberi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkilisi ve Erzincan Doğa Sporları ve Gençlik Kulübü başkanı ile gönüllülük esasına dayanılarak görüşmeler yapılmıştır.

Araştırma verileri, 01 Şubat-15 Şubat 2015 tarihleri arasında ilgili kişilerden daha önceden alınmış randevu saatlerinde yapılan görüşmeler sonucunda elde edilmiştir. Görüşmeler sırasında yöneticilerin izinleri alınarak ses kaydı yapılmıştır. Ayrıca yazarlar tarafından görüşme sırasında önemli görülen noktalar not edilmiştir. Görüşmeler, 30 dakika ile 60 dakika arasında gerçekleşmiştir. Ses kayıtları ve not alınan görüşme raporları ile son olarak yazarlar tarafından veri çözümlemesi yapılmıştır.

#### 4. BULGULAR

Araştırma kapsamında, Erzincan ilindeki turizm paydaşları ile görüşülmüştür. Paydaşlara yönetilen sorular çerçevesinde bir içerik oluşturulmuştur. Görüşmeden elde edilen veriler, içerik analizine tabi tutularak tablolaştırılmıştır.

**Tablo 1: Paydaşların Profili**

Katılımcı (Yönetici)	Kurum/Kuruluş/Kişi	Görevi
K1	Erzincan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Yönetici
K2	Erzincan Doğa Sporları ve Gençlik Kulübü	Başkan
K3	Erzincan Doğa Sporları ve Gençlik Kulübü	Başkan Yardımcısı
K4	Otel İşletmesi	Yönetici
K5	Seyahat Acentesi	Yönetici
K6	Akademisyen/ Rehber	Akademisyen/Profesyonel Turist Rehberi

Tablo 1’de görüldüğü üzere, araştırmaya toplam altı yerel paydaş katılım göstermiştir. Katılımcılar, kısaca “K” harfi şeklinde ifade edilmiştir. K1 katılımcısı; Erzincan İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünde yönetici, K2 ve K3 katılımcıları; Doğa Sporları ve Gençlik Kulübü bünyesinde başkan ve başkan yardımcısı, K4 katılımcısı; otel yöneticisi, K5 katılımcısı; seyahat acentesinde yönetici ve K6 katılımcısı ise profesyonel turist rehberi ve üniversite bünyesinde akademisyen olarak çalışmaktadır.

Tablo 2: Erzincan ilinin turizm açısından değerlendirilmesi ve tercih nedenleri

Katılımcı	Değerlendirme
K1	Doğa, macera, yayla, inanç ve sağlık turizmi potansiyeli açısından zengindir. Kolay ulaşım avantajlarının olması, konaklama, yeme-içme ve eğlence maliyetinin düşük olması
K2	Doğal güzellikler ve Doğa sporları olanaklarına sahip olması
K3	Bakir bir coğrafyaya sahip olması
K4	Doğal ve kültürel açıdan önemli bir coğrafya konumundadır. Doğa sporları açısından zengin olması
K5	Doğal güzellikler ve farklı aktiviteler ile öne çıkmakta, kış turizmi ve buza tırmanış faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi
K6	Doğal ve kültürel değerler açısından oldukça zengin; özellikle su sporları, dağcılık, trekking, doğa sporları büyük önem taşımaktadır. Ekoturizm, kış turizmi ve kırsal turizm açısından zengin bir destinasyon. Sessiz ve sakin bir doğada dinlenmek isteyen turistler tarafından tercih edilmektedir

Tablo 2’de, katılımcıların Erzincan ilinin turizm açısından değerlendirmesi ve ile yönelik turistlerin tercih nedenlerine ilişkin görüşleri analiz edilmiştir. Katılımcıların görüşleri doğrultusunda, Erzincan ilinin birçok turizm türüne cevap verebilecek bir potansiyele sahip olduğu, doğal ve kültürel açıdan oldukça zengin bir coğrafya olduğu belirlenmiştir. Erzincan ilinin turistler tarafından tercih edilme nedenlerinin başında, ulaşım altyapısı, konaklama ve yeme içme hizmetleri ve doğa sporları olanaklarına sahip olması gelmektedir. K1 katılımcısının “Doğa, macera, yayla, inanç ve sağlık turizmi potansiyelleri olan Erzincan ilinin bu potansiyellerini doğru ve hızlı adımlar atarak alt sektörleriyle birlikte turizmin kullanımına açması, bölge kalkınması açısından oldukça elzemdir” ifadesi turizm endüstrisinin önemini ortaya koymaktadır.

Tablo 3: Erzincan ilinin ekoturizmi açısından değerlendirilmesi

Katılımcı	Değerlendirme
K1	Kış, kayak sporları ve macera turizmi açısından gelişmiştir. Coğrafi açıdan ekoturizm cazibe merkezi konumunda olabilir
K2	Ekoturizm açısından iyi bir şekilde değerlendirilememektedir
K3	Coğrafya yapısı açısından oldukça fazla sayıda ekoturizm alanlarına sahip olmasına rağmen, iyi bir şekilde değerlendirilememektedir
K4	Dört mevsim farklı turizm aktivitelerine ev sahipliği yapabilecek bir potansiyele sahiptir
K5	Doğal güzellikler açısından bakir bir bölge, Kanyonlar ve Yedigöller gibi doğal alanları bünyesinde barındırmaktadır
K6	Ekoturizm açısından oldukça zengin bir coğrafya, tarıma elverişli olması nedeniyle TATUTA projesi uygulanan bir çiftlik mevcuttur. Endemik bitki türleri açısından zengin bir bölgedir

Erzincan ilinde yeşil alanlar, toplam yüzölçümü içinde oldukça yüksek bir orana sahiptir. Erzincan ili; gölleri, akarsuları, kaplıca suları, dağları, yaylaları ve vadileriyle ekoturizm açısından oldukça zengin bir kaynağa sahiptir. Aşağıda Erzincan ilinde ekoturizm açısından değerlendirilen ve değerlendirme potansiyeline sahip faaliyetler belirtilmiştir.

Tablo 3’te, Erzincan ilinin ekoturizm açısından değerlendirilmesi ele alınmıştır. Değerlendirme çerçevesinde katılımcılar, Erzincan ilinin ekoturizm açısından oldukça zengin bir coğrafyaya sahip olduğunu belirtmiştir. Ayrıca kış turizmi ve macera turizmi gibi turizm türlerine ev sahipliği yaptığını ifade etmişlerdir. K1, K4, K5 ve K6 katılımcıları, Erzincan ilinin coğrafi açıdan ekoturizminin gelişmesi için birçok çekici alana sahip olduğunu vurgularken, K2



ve K3 katılımcıları ise, bu alanların iyi bir şekilde değerlendirilemediğini ifade etmişlerdir. K5 katılımcısının, Erzincan ilinin doğal özelliklerini ortaya koyan “*Erzincan ili doğa güzellikler açısından bakir bir şehirdir, keşfedilmesi gereken o kadar çok şey var ki,; Yedigöller muhteşem görüntüsüyle ayrı bir doğal güzellik, Kemah yolu üzerindeki kanyonlar (Acemoğlu ve Güvercinli Kanyonları) ilgi çekici, Erzincan ili sözlerle ifade edilemeyecek kadar birçok ekoturizm alanına sahiptir*” ifadesi ilgi çekicidir.

**Tablo 4: Erzincan İlinde Ekoturizm Açısından Potansiyel Taşıyan Değerler**

Katılımcı	Değerlendirme
K1	Ergan Dağı kayak ve adrenalin, Çakırman ve Karakaya yamaç paraşütü, Esence ve Yedigöller doğa yürüyüşü, Refahiye Dumanlı Dağları yayla turizmi, Sansa vadisi rafting, Kemaliye Karanlık Kanyonda bungee jumping
K2	Erzincan florası, endemik bitkiler ve vahşi coğrafya
K3	Erzincan dağları, endemik bitki, Gelincik Bitkisi
K4	Ergan Dağı, Fırat Nehri, Kemaliye Kanyonu, Altın-tepe, Ekşisu sızlıkları, Türbeler ve Eski yapılar
K5	Ergan kayak tesisleri, Yedigöller, Abrenk Kilisesi, Kuş Cenneti, Altın-tepe, Kemaliye Kanyonları
K6	TATUTA çiftliği, Kemaliye ilçesinin koruma altına alınması, doğaseverler için bisiklet kullanım alanları, Üzümlü ilçesinde üzüm yetiştiriciliği, coğrafyanın ekoturizm açısından zengin olması

Tablo 4’te, Erzincan ilinde ekoturizm açısından potansiyel çekicilik taşıyan değerler ele alınmıştır. Bu değerler; Ergan Dağı kayak merkezi, Çakırman ve Karakaya yamaç paraşütü, Esence ve Yedigöllerde Doğa yürüyüşü, Refahiye Dumanlı Dağlarında yayla turizmi ve Kemaliye Karanlık Kanyonunda bungee jumping şeklinde ifade edilmiştir. Ayrıca Erzincan ilinin, endemik bitki örtüsü, florası, vahşi coğrafyası ve üzüm bahçeleri ile ekoturizm açısından benzersiz birçok çekicilik alanı barındırdığı ifade edilmiştir. Erzincan ilinin sahip olduğu ekoturizm alanlarıyla beraber K6 katılımcısının da “*Kemaliye ilçesi koruma altına alınması, Kemaliye ilçesi sınırları içinde TATUTA çiftliği bulunması ve. Ayrıca Erzincan ilinde Bahçe Kültürleri Araştırma Merkezi açılmasından* ” bahsetmesi son dönemlerde ilgi çekici birçok projenin yürütüldüğünü de göstermektedir.

Tablo 5: Ekoturizm Açısından İlin Avantaj ve Dezavantajlarının Değerlendirilmesi

Katılımcı	Avantaj	Dezavantajları
K1	Doğal- kültürel açıdan zengin, ulaşım çeşitliliği, geliştirilmeye açık turizm potansiyeli	Yerel paydaşların koordinasyon eksikliği, tanıtım yetersizliği, kalifiye personeli eksikliği, halkın turizm hakkında bilinç düzeyinin düşük olması, Master planın yapılmamış olması
K2	Doğal güzellikler	Rehber eksikliği
K3	Doğal güzelliklere sahip bir coğrafya	İnsan kaynakları eksikliği, rehber, otel sayısı ve tanıtım eksikliği
K4	Ekoturizm açısından zengin doğal ve kültürel unsurlar barındırmaktadır	Tanıtım eksikliği ve etkinlik azlığı
K5	Doğa sporları açısından zengin, bakir bir turizm merkezi	Turizm merkezlerinde alt yapı eksikliği, tanıtım eksikliği, uzmanlara danışılmadan alınan kararlar, amatörce yapılan turlar, uzman rehber ve personel eksikliği
K6	Elverişli konum, ılıman iklim ve alternatif turizm potansiyelinin yüksek olması	Kırsal alanlardan kent merkezine yoğun göçle beraber bölge zenginliklerinin değerlendirilememesi, tanıtım eksikliği

Tablo 5'te, Erzincan ilinin ekoturizm açısından sahip olduğu avantajlar ve dezavantajlar katılımcıların görüşleri doğrultusunda analiz edilmiştir. Katılımcılar, Erzincan ilinin ekoturizm açısından avantajlarını ve dezavantajlarını aşağıdaki şekilde değerlendirmiştir.

***Erzincan ilinin avantajları;***

- Doğa ve kültürel açıdan oldukça zengin bir coğrafya,
- Bakir bir turizm merkezi,
- Elverişli bir iklim,
- Ulaşılabilir bir konum ve
- Alternatif turizm türleri potansiyelinin yüksek olduğunu, ifade ederken,

***Dezavantajları olarak ise,***

- Yerel paydaşlarda koordinasyon eksikliği,
- Tanıtım yetersizliği,
- Kalifiye eleman azlığı,
- Altyapı yetersizliği,
- Rehber eksikliği,
- Kırsal bölgelerden kente yoğun göç ve
- Tur programları kapsamında yer almaması gibi sorunlar ifade edilmiştir.

Tablo 6: Ekoturizm Açısından Erzincan İlinin Zenginlikleri Nasıl Değerlendirilebilir

Katılımcı	Değerlendirme
K1	Doğa turizmi alanlarının paket haline getirilerek turların düzenlenmesi. Yerel etkinliklerin çeşitlendirilerek düzenlenmesi
K2	Tanıtım açısından daha fazla çabanın gösterilmesi
K3	Endemik bitki türlerinin koruma altına alınması, doğa sporları parkurlarının belirlenmesi
K4	Bitki ve hayvan çeşitliliği kayıt altına alınarak korunmalı, yöresel değerlerin bir paket halinde turistlere sunulması
K5	Uzman kişiler eşliğinde turizm eylem planının oluşturulması, etkin bir tanıtım ve reklam çabalarının yapılması
K6	Ekoturizm anlamında Erzincan ilinin markalaşması için çaba sarfedilmesi. Taşıma kapasitesinin belirlenmesi ve bu yönden ekoturizm planlanmasının sağlanması, Karanlık Kanyon, rehberlik bölümü öğrencilerinin mezunu kapsamında yapılan Türkiye Turu programlarına dahil edilmesi

Tablo 6’da, Erzincan ilinin ekoturizm alanlarının nasıl değerlendirilmesi gerektiği analiz edilmiştir. Katılımcılar bu doğrultuda, düzenlenen bölge turları içerisinde Erzincan ilinin de dahil edilmesi, yöresel değerlerin paket turlara eklenmesi, tanıtım açısından daha fazla çabanın harcanması, ekoturizm alanlarının koruma altına alınması, taşıma kapasitesinin belirlenmesi ve uzman kişiler tarafından turizm eylem planının hazırlanması gerektiğini ifade etmiştir. K5 katılımcısının, “*Erzincan ili ürün çeşitliliği olarak çok zengin bir potansiyele sahibiz. Turizmde uzman kişilerce şehrimizin turizm eylem planı oluşturularak, tanıtım ve reklam sayesinde çok büyük başarılar sağlayacağına eminiz*” ifadeleri ekoturizm açısından kısa dönem planları içerisinde ele alınabilir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde modern insan şehrin yoğunluğu, iş stresi, görüntü ve ses kirliliği gibi pek çok olumsuz durumla karşılaşmaktadır. Buna ek olarak yaşam alanlarının hızla betonlaşması ve yeşil alanların tahrip edilmesi, bireylerin doğaya yönelmesine neden olmaktadır. Bu nedenle ekoturizm kavramı, her geçen gün daha da yaygın hale gelmekte, küresel ölçekteki turizm hareketleri içerisindeki payı giderek artmaktadır. Ekoturizm kavramının sahip olduğu “kültürel ve doğal kaynakların sürdürülebilirliği” ilkesi, doğal çevreye minimum seviyede zarar verilmesi, doğal çevrenin korunması ve sürdürülebilirliğin sağlanması için son derece önemlidir. Ayrıca, seyahat edilen bölge halkının yaşam şekline, inanç ve kültürlerine saygılı olmak, bölgenin sahip olduğu mimari ve tarihi kültürel kaynaklarının korunmasına destek olmak ve onlarla beraber faaliyetlerde yer almak ekoturizm kavramının gelişmesini desteklemektedir (Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği, 2015).

Erzincan’da ekoturizmin geliştirilebilmesi için yerel paydaşları oluşturan otel yöneticisi, seyahat acentası yöneticisi, akademisyen/ profesyonel turist rehberi, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkilisi, Erzincan Doğa Sporları ve Gençlik Kulübü başkanı ve başkan yardımcısı ile yapılan görüşmelerde, ilin turizm potansiyeli açısından oldukça zengin çekiciliklere sahip olduğu ifade edilmiştir. İlde yapılabilecek turizm aktiviteleri arasında; dağcılık ve tırmanış, rafting, kano, yamaç paraşütü, kayak, buzul tırmanışı, kampçılık, trekking, dağ bisikleti, offroad, cirit, motokros ve bungee jumping olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca ilin flora ve fauna çeşitliliğinin yanı sıra endemik bitki örtüsü, kuşların göç yolları üzerinde bulunan sazlıklar, kanyonlar, türbeler ve üzüm yetiştiriciliği alanları da diğer zengin turistik çekicilikleri oluşturmaktadır.

Çalışmada görüşlerine başvuru alan yerel paydaşların ifadelerine göre, sahip olunan bütün bu zenginlik ve çekiciliklere rağmen Erzincan'ın turistik talep açısından istenilen düzeyde olmamasının nedenleri arasında; altyapı yetersizliği, tanıtım yetersizliği, kalifiye eleman eksikliği, rehber eksikliği, kırsal bölgelerden kente yoğun göç, turizm sektörünü oluşturan yerel paydaşlar arasındaki koordinasyon eksikliği ve Erzincan ilinin tur kapsamında yer almaması gibi sorunlar sıralanmaktadır. Erzincan'da turizmin geliştirilebilmesi için sıralanan bu sorunların çözülmesi ve turizm sektörünün geliştirilebilmesi için yapılması gerekenler:

- Örneğin turizmin gelişmesiyle beraber altyapı sorunu ortadan kalkacaktır. Bölgeye yapılacak olan turizm işletmeleri sayı ve kapasitesinin artmasıyla kamu kurumları söz konusu altyapıyı geliştirecek tedbirleri alacaktır.
- Erzincan'a gelecek olan turistlere hizmet sunacak rehber ve kalifiye eleman eksikliğini açılacak olan kurslarla giderilebileceğini söylemek mümkündür. Kırsal bölgelerden kente olan yoğun göçün ortaya çıkardığı sorunların da turizmin gelişimiyle ortaya çıkacak olan istihdam açığıyla kaldırılabilir. Söz konusu işletmelerin ihtiyaç duyacağı işgücünün ilde yaşayanlardan karşılanmasıyla işgücü oranı yükselecektir.
- Erzincan'da turizmin gelişmesi ve daha sonraki dönemde de gelişimin artarak devam edebilmesi için kamu kurumlarının öncülüğünde oluşturulacak olan bir koordinasyon kurulu yapısıyla, yerel paydaşlar arasında ilişki kurulabilir ve var olan sorunlara daha hızlı çözüm üretilebilir.
- Erzincan'da turizmin geliştirilebilmesi için öncelikle ilin tanıtımının, yurt içi ve yurt dışındaki hedef pazarlarda yapılarak turistik talebin oluşturulması gerekir.
- İle yönelik olan turizm talebini incelediğimizde, seyahat acentalarınınca düzenlenen Erzincan'ın içinde olduğu tur programı sayısının yok denecek kadar az olduğu görülmektedir. Bu nedenle ilde yapılması gereken çalışmaların ilk sırasında, yurt içi ve yurt dışındaki seyahat acentaları ve tur operatörleri ile görüşmeler yapılarak ilde daha fazla turist çekilmesidir.
- Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planında belirtildiği üzere, geliştirilmesine öncelik verilecek olan ekoturizm bölgeleri içinde Erzincan, Erzurum, Ağrı, Kars ve Ardahan illerini kapsayan koridorun geliştirilmesi planlanmaktadır. Söz konusu illeri kapsayan ekoturizm koridorunun geliştirilmesi halinde Erzincan'a olacak olan başta ekoturizm amaçlı turizm talebi canlı hale getirilebilecek ve bu durum il turizmüne olumlu olarak yansıtacaktır.
- Erzincan'ın kuzeyde Gümüşhane, Bayburt ve Giresun illeri ile çevrili olması ve bu şehirlerde olduğu gibi Erzincan ilinin de topraklarının % 60'ının dağlar ve % 20'sinin de yaylalardan oluşması nedeniyle, ilde yayla turizminin geliştirilmesi mümkündür. Seyahat acentaları ile yapılacak görüşmeler sonucunda, son yıllarda Doğu Karadeniz Bölgesinde Uzungöl, Sümela Manastırı ve Ayder Yaylasına düzenlenen kültür ve yayla turizmüne yönelik paket turlara Erzincan ilinin de dahil edilmesi için çaba sarf edilmelidir. İlin bilinirliği ve marka değeri arttıkça da, konaklama süresini uzatabilecek alternatif tur programları oluşturulmaya çalışılmalıdır.
- Yine son yıllarda Türkiye'ye yönelen ve özellikle doğasının ve yeşilliğinin ön plana çıktığı illeri ziyaret eden Arap turistlerin, Erzincan'a çekilebilmelerine yönelik pazarlama çalışmalarına ağırlık verilmesi yararlı olacaktır. İlin sahip olduğu turistik çekiciliklerin tanıtılması, Körfez bölgesindeki ülkelerde turizm sektörüne yön veren kamu ve özel sektör kuruluşlarıyla görüşmelerin başlatılması ve fuarlara katılımın sağlanması yararlı olacaktır. Özellikle ildeki havaalanının varlığı, söz konusu ülkelerden gelecek olan turizm talebinin oluşmasında önemli bir çekicilik unsuru olabilecektir.

Sonuç olarak, Erzincan ilinin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihsel çekiciliklerin en iyi şekilde değerlendirilerek yörenin ekonomik gelişimine katkı sağlanabilmesi amacıyla, turizm sektörü geliştirilmelidir. Bu nedenle başta yerel paydaşlar olmak üzere tüm kamu ve özel sektör kuruluşlarının yapacağı kısa, orta ve uzun vadeli turizm planlama çalışmaları ile Erzincan ilinde turizm sektörünü geliştirmeleri mümkün olabilecektir.

## 6. KAYNAKLAR

- Akpınar , E. (2004). Doğu Anadolu Bölgesi'nde Alternatif Turizm Merkezi Olmaya Aday Bir İlçe: Kemaliye. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 207-236.
- Anka Havacılık. (2016, Şubat 10). *Uçuş Tepelerinin Özellikleri*. <http://www.ankahavacilik.net/turkiye-yamacparasut-ucus-tepeleri/> adresinden alındı.
- Arslan, Y. (2005). Erdek ve Çevresinin Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 29-53.
- Bolton, M. (1997). Loving Them and Leaving Them: Wildlife and Ecotourism. *Conservation and the Use of Wildlife Resources*. içinde Londra: Chapman & Hall Pres.
- Bozok, D., & Yılmaz, G. (2008). Eko-Turizm. N. Hacıoğlu, & vd. içinde, *Turistik Ürün Çeşitlendirilmesi* (s. 111-137). Bursa: Nobel Yayın Dağıtım.
- Budowski, G. (1976). Tourism and conservation: conflict, coexistence or symbiosis. *Environmental conservation* , 27-31.
- Ceballos-Lascurain, H. (1987). The future of ecotourism. *Mexico Journal*, s.y.
- Cheia, G. (2013). Ecotourism: Definition And Concepts. *Revista de Turizm*, 56-60.
- Çakar, U. (2013). *Ekolojik Örgüt Üzerine Epistemolojik Bir Yaklaşım* . Ankara : Detay Yayıncılık .
- Demirhan, G. (1990). Doğa Turizmi ve Düşündürdükleri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 35-44.
- Ekoturizm ve Sürdürülebilir Turizm Derneği. (2015, 12 9). *Ekoturizm Nedir? Ekoturizm Derneği*. <http://www.ekoturizmderneği.org/tr.asp?sayfa=5> adresinden alındı.
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve (eko)turizm*. Ankara : Erk .
- Erzincan Valiliği. (2016a, Şubat 11). *Doğa Sporları*. <http://www.erzincan.gov.tr/kultur-ve-turizm/doga-sporlari/> adresinden alındı.
- Erzincan Valiliği. (2016b, Şubat 20). *Erzincan ilinin Coğrafi Yapısı*. <http://www.erzincan.gov.tr/erzincan/cografi-yapisi/> adresinden alındı.
- Haberal, H. (2015). *Turizmde Alternatif Ekolojik Turizm-Doğa Turizmi-Kırsal Turizm-Yayla Turizm*. Ankara : Detay Yayıncılık.
- İbret, B. Ü., & Cansı, E. (2016). Kanyon Turizmi ve Ekoturizm Açısından Değerlendirilmesi Gereken Bir Yöre: Küre Ersizlerdere -Karacehennem kanyonu. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 107-117.
- İsayeva, S., & Kasalak, M. (2016). Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Kapsamında Yer Alan Örnek Ekoturizm Uygulamaları. *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 183-200.
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 93-114.
- Kızılırmak, İ., Kaya, F., & Şişik , L. (2015). Kırsal Turizm Açısından Doğu Karadeniz Bölgesindeki Konaklama İşletmelerinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi* , 4 (2) 26-36.
- Kızılırmak, İ., Çifçi , İ., & Kaya , F. (2015). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Alternatif Konaklama İşletmelerinin Kullanılması: Yayla Evleri Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi* , 99-109.
- Kozak, N., Kozak, M., & Kozak, M. (2010). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgil Turizmi*. Ankara : Ekin.
- Laarman, J. G., & Patrick , B. (1987). Nature travel in the tropics. *Journal of Forestry* , 43-46.
- Luzar, E., Assane, D., Christopher, G., & Brenda, R. (1995). Evaluating Nature-based Tourism Using the New Environmental Paradigm. *Journal of Agricultural and Applied Economics*, 544-555.

- Mahanta, G. D. (2014). Ecotourism and Dibru-Saikhowa National Park . *Journal of Agriculture and Life Sciences*, 91-94.
- McKercher, B., & Chan, A. (2005). How Special is Special Interest Tourism? *Journal of Tourism Research*, 21-31.
- Mehmetoğlu, M. (2005). A Case Study of Nature-based Tourists: Specialists Versus Generalists . *Journal of Vacation Marketing*, 357-369.
- Mundt, J. W. (1990). Çevreye Duyarlı Turistin Ortaya Çıkışı Alman Piyasasındaki Eğilim ve Gelişmeler. *Turizm ve Çevre Konferansı* (s. 49-74). İzmir : Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayını.
- Newsome, D., Dowling, R. K., & Moore, M. S. (2005). *Aspects of Tourism: Wildlife Tourism*. Kanada: Channel View Publications.
- Olalı, H. (1986). *Turizm*. İstanbul : Hürriyet.
- Orams, M. B. (1995). Towards a More Desirable Form of Ecotourism. *Tourism Management*, 3-8.
- Özdemir, Ş. (1997). *Temel Ekoloji Bilgisi ve Çevre Sorunları* . Ankara : Hatiboğlu.
- Özel, M. A. (2010). *Turizmin Çeşitlendirilmesini Bağlamında Doğa Turizmi: Ankara İli Örneği*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü.
- Regmi, K. D., & Walter, P. (2016). Modernisation theory, ecotourism policy, and sustainable development for poor countries of the global South: perspectives from Nepal. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 1-15.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the Empowerment of Local Communities. *Tourism Management*, 245-249.
- Sezgin, M., & Gumus, M. (2016). The Evaluation of Beyşehir Lake National Park (Konya-Turkey) in the Framwork Ecotourism. *Jounral of Advanced Management Science*, 342-346.
- Şahin, İ. F. (2009). Erzincan İli'nin Turizm Potansiyeli ve İldeki Ekoturizm Uygulamaları. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 69-88.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023: Eylem Planı 2007-2013*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- TÜRSAB. (2013). *Erzincan*. İstanbul: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği.
- Uçar, M., Çeken, H., & Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm ile Kırsal Kalkınma (Fethiye Örneği)*. Ankara: Detay.
- UNWTO. (2016). *Tourism Highlights 2016*. Madrid: World Tourism Organization.
- Ünal, T. (1990). Turizmin Gelişmesinde Çevrenin Önemi . *Turizmin ve Çevre Konferansı* (s. 11-19). İzmir: Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayını .
- Valentine , P. (1992). Review. NatureBased. M. Smith, N. Macleod , & M. Robertson içinde, *Special Interest Tourism*. London: Belhaven Press.
- Weaver, D. B. (2001). Ecotourism as Mass Tourism: Contradiction or Reality? *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 104-112.
- Yeğen, Y., Ayartepe, S., Sümerkan, R., & Kırmızı, H. (2007). *Ekodiyalog Projesi: Çevre ve Ekoturizm*. Ankara: Mattek Matbacılık.

## KÜLTÜR MİRASI DÜĞÜN YEMEKLERİ'NİN GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN İNCELENMESİ: ERZİNCAN İLİ ÖRNEĞİ

### THE INVESTIGATION OF CULTURAL HERITAGE WEDDING DISHES IN GASTRONOMY TOURISM: THE SAMPLE OF ERZİNCAN CITY

Aybuke CEYHUN SEZGİN\*, Merve ONUR\*\*

**ÖZET:** Türk halkı eskiden beri doğum, sünnet ve evlilik gibi birçok önemli günde eğlence ve organizasyonlar düzenlemektedir. Bu özel günler insanları bir araya getirme, sosyal bağları güçlendirme, ortak değerleri ve gelenekleri pekiştirme, töreleri canlı tutma ve farklı kültürleri gelecek kuşaklara aktarma gibi pek çok sosyal fonksiyonu gerçekleştirmektedir. Bu faaliyetlerin gerçekleşmesi sırasında ikram edilen yemekler ise önemli kültürel öğelerden olan mutfak kültürlerine temel teşkil etmektedir. Değişik lezzetlere ulaşma ve yeme-içme alışkanlıklarında kültürel farklılığı anlama, bölgelerin veya yörelerin mutfak kültürünü tanımaktan geçmektedir. Bu bağlamda kültürün bir parçası olan düğün törenleri birer yemek kültürü göstergelerine dönüşebilmektedir. Anadolu'da düğünler sırasında özel yemeklerin sunulduğu düğün yemekleri bölgelerde yetiştirilen yöresel ürünlerin birbirinden farklı olması nedeniyle çeşitlilik gösterir. Yörelere ait farklı yemek çeşitleri ise Türk mutfak kültürü zenginliğinin göstergesi olarak ülkemiz gastronomi turizminin çekiciliğini artırmaktadır.

Doğu Anadolu Bölgesi'nin önemli illerinden olan Erzincan yöresinin mutfak kültürü birçok medeniyetin izlerini taşıması suretiyle Anadolu'nun zengin mutfakları arasında yer almaktadır. Bu çalışmada; Erzincan yöresinin yeme içme alışkanlıklarını yansıtmaya ve yöreye çekicilik özelliği kazandırmasında önem taşıyan düğün yemeklerinin hazırlanışı hakkında bilgi verilmiştir. Bu çalışmanın; yörenin yemek mirasının korunması ve kültürel tatların tanıtılması bakımından gastronomi turizminin sürdürülebilirliğine katkı sağlaması düşünülmektedir.

**Anahtar sözcükler:** gastronomi turizmi, yemek kültürü, Erzincan düğün yemekleri

**ABSTRACT:** Turkish people organize many important organizations such as birth, circumcision, marriage anciently. These special events are carrying out many social functions, such as bring people together, strengthen social ties, reinforce the shared values and traditions, transfer different cultures to future generations and sustenance of cultures. If you want to reach different tastes, you need to know the culinary culture of the regions. In this context, wedding ceremonies, which are part of the cultures, can be transformed into food culture displays. Because of the differences of the local products grown in Anatolia, it shows variety of dishes served in private wedding dishes during weddings. The different varieties dishes of regions form the basis of wealth of Turkish cuisine culture, so they increase the attractiveness of our country's gastronomic tourism.

Culinary culture of an important province of Erzincan region of Eastern Anatolia is among the richest cuisines in Anatolia by carrying traces of many civilizations. In this study; eating and drinking habits of reflection and Erzincan region were informed about the preparation of the wedding dinner in the region to gain attractiveness feature. In this study, it is considered to contribute to the sustainability of gastronomic tourism in terms of preservation of the heritage of the culinary heritage and promotion of cultural tastes.

**Keywords:** A gastronomy tourism, food culture, Erzincan wedding dishes

\*Yrd. Doç. Dr. Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi e-posta:aybukeelif@gazi.edu.tr

\*\*Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Fakültesi, merveonur@gazi.edu.tr

## 1. GİRİŞ

Turizm, tabiat ve sanat ile beslenen gÜzellikleri tanıma isteği ile insanların hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri sonucu ortaya çıkan, milletlerin ve topluluklarının birbirlerine yaklaşmasına imkân sağlayan önemli bir sektör olarak tanımlanmaktadır. Bu yakınlışmada yemekler ise bir araç konumunda görev alır (Kozak vd., 2009; Akgöl, 2012). Toplumların kÜltürel zenginlikleri içerisinde mutfak kÜltürü ve bu kÜltürü oluşturan lezzetler büyük önem taşımaktadır (Arvas, 2013). Mutfak kÜltürlerinin özelliklerini inceleyen gastronomi bilimi sayesinde farklı kÜltürlerin ve Ülkelerin yiyecek-içecekleri arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları bir arada görmek söz konusudur.

Yerel ve bölgesel mutfak kÜltürlerinin araştırılması, eski kaynakların incelenmesi ve geleneksel yemeklerin günümüz mutfağına uyarlanması konularını içeren gastronomi turizmi ise turist çekiciliğini artırmak ve sürdürülebilirliği sağlamak açısından büyük bir potansiyele sahiptir (Eren, 2007). Gastronomi turizmini ön plana çıkaran önemli nedenlerden biri, onun küçük turistik destinasyonlar için önem taşımasıdır. Özellikle kÜltürel mirası ön plana çıkaran bu turizm çeşidi kırsal bölgelerdeki kalkınmaya da katkı sağlamaktadır (Green and Dougherty, 2008).

Turistlerin bir Ülkeyi veya bölgeyi tercih etmesinde ki temel nedenler arasında yer alan gastronomi turizmi; daha önce yaşanmamış bir yiyecek veya içecek deneyimini yaşamak için seyahat motivasyonu oluşturan ve seyahat davranışlarının gerçekleşmesine vesile olan turizm şeklidir (Hatipoğlu, 2010; Üner, 2014). İnsanların bir bölgeye öğü yiyecek ve içecekleri tecrübe etmesi ve o kÜltürü yaşaması olarak tanımlanabilen gastronomi turizminin asıl amacı, restoran ve otellerde turistler için yemeklerin hazırlanmasından ziyade yerel yiyecek ve içeceklerle ilgili deneyimleri yaşamak için turistlerin ziyaret faaliyetlerini gerçekleştirmesidir (Karim and Chi, 2010).

Turistlerin Türk mutfağını tanıma ve Türk mutfak kÜltürünü öğrenme isteklerinin Türkiye'ye gelme nedenleri arasında yer aldığı çeşitli çalışmalarda belirtilmiştir (Akman, 1998; Akgöl, 2012). Bu nedenle Türk mutfağı turizm açısından önemli bir kavram olarak görölmektedir. Türk mutfak kÜltürünü oluşturan yöresel mutfakların soyut kÜltürel mirasın ayrılmaz parçası olduğu bilinmektedir (Okumuş vd., 2007). Ayrıca yöresel mutfaklar bölgeler için kimlik oluşturarak yer duygusunu sağlamakta ve turistik deneyimlerin zenginleşmesine katkıda bulunmaktadır (Renko vd., 2010).

Türk yemek kÜltürü incelendiğinde; yemeğin sadece bir beslenme tarzı olmadığı, yeme ve içme faaliyetlerinin sosyal hayatta her zaman önemli bir faktör olduğu görölmektedir (Güler, 2010). Türk yemek kÜltürü sosyal düzeni sağlayan önemli bir unsurdur. Devlet idaresinde, resmi törenlerde, komşuluk ilişkilerinde ve misafirlerin ağırılanmasında diğer aktiviteler kadar etkili olduğu bilinmektedir (Talas, 2005).

İnsanlar arasındaki bağları güçlendirerek gelenekleri canlı tutma görevlerini üstlenen ve kÜltürel miras ögesi olan düğün törenleri geçmişten günümüze kadar devam eden bir aktivitedir. Düğün törenlerinin gastronomik yönü incelendiğinde ise düğün sırasında yapılan yemek ikramlarının yörelerin yeme içme alışkanlıklarını yansıtarak yemek kÜltürü göstergesine dönüştüğu ve gastronomi turizmi açısından önem kazandığı görülür. Bu alışma; Erzincan yöresi yeme içme alışkanlıkları ile düğünlerde ikram edilen yemeklerin gastronomi turizmine etkisini inceleyen derleme bir çalışmadır.

### 1.1. Türk Mutfağı

Doğa gÜzellikleri, denizleri, tarihte birçok medeniyete ev sahipliği yapması ve içerdiği kÜltürel değerleriyle Türkiye, önemli bir turizm Ülkesi konumundadır. Coğrafi konumu itibari ile eski dünya kıtaları olan Asya, Avrupa ve Afrika arasında doğal bir köprüdür. Bu nedenle tarihin ilk devirlerinden beri kıtalar arası ilişkiler büyük ölçüde Anadolu toprakları üzerinden olmuştur. Göçler, savaşlar, istilalar ile ticaret yolları ve haberleşme için Anadolu topraklarının kullanılması



birçok uygarlığın da beşiği olmasını sağlamıştır. Tüm bu uygarlıkların birleşimi ise bugünkü Anadolu kültürünün temelini oluşturmaktadır (Anonim, 2007).

Türk mutfağı ise bu kültürün önemli bir parçasıdır. Türk mutfak kültürünün zenginliğini tarihi gelişimi ile birlikte yemek yapımında kullanılan baharatlara, pişirme şekillerine ve zengin iklim koşullarına da bağlamak mümkündür. Türk mutfak kültürünün gelişimi, bahsedilen tüm bu etkilerin ışığında olmuştur (Akgöl, 2012). Ayrıca tarımsal ve hayvansal ürünlere dayanan Türk mutfağı, coğrafi bölgelere, özel günlere, törenlere ve tarihi gelişim sürecinde sosyal yapıya göre farklılık gösteren ve İslam dinin etkilerinin de görüldüğü bir mutfaktır (Güler, 2008). Bu bağlamda Türk mutfağı yemek çeşitliliği, tadı ve özellikleri bakımından diğer mutfaklara göre farklılıklar göstermektedir. Kökleri Orta Asya'da başlayan ve bugün yaşadığı topraklarda biten, büyük göçlerin ve çeşitli kültürlerle etkileşimin sonucunda oluşan yemek sanatının her alanında birbirinden zengin örnekler sunan Türk mutfağı; pişirme yöntemleri ve sofrâ düzeni ile Fransız ve Çin mutfakları ile birlikte dünyanın önemli üç mutfağından birisidir. Orta Asya'nın et ve mayalanmış süt ürünleri, Mezopotamya'nın tahılları, Akdeniz çevresinin sebze ve meyveleri, Güney Asya'nın baharatı ile birleşerek zengin bir yemek kültürünü oluşturmuştur (Dereli, 1989; Tezcan, 1997; Sürücüoğlu vd., 2001, Sürücüoğlu ve Özçelik, 2005; Ertaş ve Karadağ, 2013).

Türkiye'de yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecek-içecekler, bu ürünlerin hazırlanması ve pişirilmesi aşamaları ve kullanılan araç-gereçler ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ile inanışlar Türk mutfak yapısını oluşturmaktadır (Arslan, 2010). Birer'e (1990) göre, günümüzde Türkiye'nin pek çok yöresinde coğrafi bölgelere göre değişen birçok yiyecek türüne rastlamak mümkündür. Örneğin Güneydoğu illerinde hamur ve fıstıklı tatlılar ile baharatlı kebablar çok yaygındır. Kısır, içli ve çiğ köfteler de yine bu yörenin karakteristik yiyecekleri arasındadır. Ege Bölgesi insanının yaygın olarak zeytinyağı kullanmalarına karşın, Doğu Anadolu Bölgesi'nde hayvansal yağ tercih edilmektedir. Ayrıca Batı Anadolu'da sebzelerden yapılan yemekler ile İstanbul ve Ege Bölgesi'nde sütlü tatlılar yaygındır. Karadeniz ve Marmara Bölgeleri'nde balık tüketimi, İç Anadolu'da ise tahıl, hamur işleri ve pirinçli yemekler sıklıkla tüketilmektedir (Arslan, 2010).

Yüzyılların birikimini ve çeşitliliğini taşıyan yemek kültürü olgusu sadece bir karın doyurmaktan ziyade törenlerin, dini merasimlerin, düğünlerin, eğlencelerin, ölümlerin, festivallerin ve pek çok toplumsal davranışın vazgeçilmez öğelerinden birisi olmuştur (Beşirli, 2011).

## 1.2. Türk Toplumunda Düğün

Gelenekler ve görenekler, insan topluluklarını bir arada yaşatan, onların geçmiş ile bağlarını kuran kültür unsurlarıdır. Kültür unsurları arasında toplumların değer yargıları, düşünce tarzları ve inanç sistemleri yer alır. Toplumlar buldukları coğrafyadan göç etmiş olsalar bile bu kültür unsurlarını yeni yurtlarına taşımaktadır. Kültür unsurları zamanla çevrenin şartlarına uyarak, bazı değişiklikler gösterir ya da kısmen yok olabilir. Fakat yüzyıllardır bazı gelenekler Türk milleti tarafından ana vasıflarını koruyarak günümüze kadar devam etmiştir (Tuna, 2006). Türk toplumunun geçmişten günümüze kadar devam ettirdiği eğlencelerinden en önemli ve kapsamlı olanı ise düğün törenleridir (Yılar, 2011). Düğün, tüm insanlık için farklı inanışlarla birlikte yeni bir adım olarak nitelendirilen evrensel bir kavramdır. Gelin ve damadın bir araya gelerek aile kurumu oluşturma sürecinin kutlanma biçimi olarak da ifade edilir (Başbuğ, 2012).

Anadolu'da Türk halkı için düğün kavramı, kuralları toplum tarafından belirlenerek kesinleştirilmiş kutsal bir törendir. Erkek ile kadının aile kurmak için kanuna uygun olarak birleşmelerine evlenme, evlenme dolayısıyla yapılan tören veya eğlenceye düğün adı verilmektedir. Evlenme, yaşamın ikinci geçiş dönemi olarak bilinir. Evlenme törenlerinde yaşayan birçok gelenek ve görenek bulunmaktadır (Adıgüzel, 1997). Şenlik havası içerisinde gerçekleşen düğünler toplumda her sınıf insanın bir araya geldiği organizasyonlar olarak da değerlendirilir. Düzenlenen eğlenceler günlük hayatın gerektirdiği yaşam tarzının yansıtıldığı çeşitli oyunlarla süslenmektedir. Zaman içerisinde düğünlerin yapıldığı mekânlar değişmiştir.

Eski dönemlerde açık alanlarda yapılan d g nler, günümüzde kapalı mek nlerde yapılmaya başlanmıştır. Anadolu'nun çeşitli yörelerinde yapılan kır d g nleri ve Şehirlerde merkezden uzak bölgelerde özellikle sokaklarda yapılan d g nler geleneğin devam ettirilmeye çalışıldığı ortamlardır. Buna karşılık salon diye adlandırılan kapalı mek nlerde gerçekleştirilen d g n törenleri, geleneği devam ettirmekle birlikte, yerleşik yaşama geçmenin veya Şehirleşmenin getirdiği değişen yaşam koşullarının bir yansıması olarak karşımıza çıkar. Ancak d g n törenlerinin geçmişten günümüze değişmeyen özelliği ise insanları bir araya getirme özelliğidir. Ayrıca insanlar arasındaki bağları g c lendirme ve gelenekleri canlı tutarak pekiştirme gibi görevleri de üstlenmiştir (Berber, 2009).

D g n törenlerinde gelen misafirlere yemek ikram edilmesi düzenlenen etkinliklerin ana unsurları arasında yer alır.  nk  verilen yemek, birlik ve beraberlik açısından bir mesaj niteliğindedir. Türk tarihinin çeşitli dönemlerine bakıldığında; hem devlet yöneticilerinin hem de halkın gerçekleştirdiği d g nlerde yemek verme  detinin yer aldığı görülmektedir. Özellikle Osmanlı döneminde ait arşiv belgelerinde d g n yemekleri hakkında kayıtların yer aldığı bilinir. Günümüzde de d g n törenlerinde yemek verme geleneği Anadolu'nun hemen hemen her yöresinde görülen bir gelenektir (Berber, 2009). Anadolu Türk d g nlerinde bereketi temsil eden ya da bereketle ilişkili yiyeceklerle yapılan yemeklerin yenmesi, gelin ve damadın evliliklerini bereketlendirmek, onların sahip oldukları bereketi, davetli olan halka dağıtmak ve yaymak amacını taşımaktadır ( etin, 2008).

### 1.3. Anadolu'da D g n Yemekleri

D g n törenleri sırasında yemek olgusu ile ilişkili yapılan etkinlikler önemli birer yemek kültürü göstergesine d n rebilmektedir. D g n yemekleri genel olarak ögle yemeği olarak gerçekleştirilir fakat bazı yörelerde akşam yemeği olarak da organize edilebilir. D g nlerde hazırlanan ziyafet sofralarında yer alan yemek  eşitleri yörelere göre değişmektedir.

Genel olarak d g nlerde; yüksük veya d g n  orbası gibi  orbalarla başlayan yemek, keşkek, etli nohut, etli biber dolması, tavuklu pirinç pilav, nohutlu pilav ve cacık gibi yemeklerin değişik kombinasyonlarının ikramı ile devam etmekte, yemek sonunda evde hazırlanan baklava, un veya irmik helvası gibi tatlılarla son bulmaktadır (Yalçın- elik, 2010; Veren, 2012; Sağır, 2012).

### Anadolu'da bazı yörelerin d g nlerinde yer alan yemek  eşitleri aşağıdaki Şekilde  zetlenebilir;

Adana yöresinde d g n törenleri için özel yemekler hazırlanır. Yemekler arasında söz tatlısı, nişan Őerbeti, d g n ekmeği, yüksük  orbası, d g n köftesi, gelin tutarı ve avul aşı gibi çeşitli yiyecek ve içecekler yer almaktadır (Artun, 1998). Aydın ve Kastamonu illeri ile  ivril yöresinde d g nlerin meşhur yemeği buğdaydan yapılan keşpektir ( etin, 2008).

Tokat'ta d g n yemeklerinde çorba, et yemeği (kuru fasulye/nohut), keşkek, dolma, pilav, cacık ve içecek ikram edilir. D g nlerde alkollü içecekler genellikle bulunmaz. D g n yemekleri özel aşçılar tarafından hazırlanır (Veren, 2012). Yapılan bir araştırmada; d g n yemeğinin komşularla yardımlaşarak hazırlandığı ve gelinin çeyiz eşyaları taşındıktan sonra d g n yemeğine geçildiği ifade edilmektedir. Tokat'ta d g n yemeği olarak nitelendirilen yemek, gelin almadan gelenlere verilen yemeklerdir. Bu yemekler genellikle d g n  orbası, etli dolma, pehlili pilav ve un helvasıdır (Sağır, 2012).

Mengen halk mutfağında ise nişan, d g n ve  l  yemekleri için değişmez bir menü bulunmaktadır. Bu menüyü çorba (toygarlı/keşkek/mercimek), et kavurma (tas kebabı/etli patates), sebze yemeği (mevsimine göre taze fasulye/pathıcan/kurutulmuş bamya), pilav (sade tereyağlı/şehriyeli/i  pilav), börek, salata, hoşaf ve tatlı (nişan ve d g n için baklava,  l  için helva/lokma) oluşturmaktadır (Yalçın- elik, 2010).

Erzincan yöresinde düğünlerde hazırlanan yemek çeşitlerine değinmeden önce, Erzincan mutfak kültürünü oluşturan ve düğün yemeklerine yansımaları sağlayan coğrafi özellikler, tarih, turizm ve yörede yetiştirilen ürünler ile yemek alışkanlıklarına değinmek gerekir.

#### 1.4. Erzincan Yöresinin Coğrafi, Tarihi ve Turizm Özellikleri ile Yemek Alışkanlıkları

Erzincan ili Doğu Anadolu Bölgesi'nin kuzey batı bölümünde Yukarı Fırat Havzası'nda yer almaktadır (Hayli, 2002; Anonim, 2016a). İl genellikle dağlar ve platolarla kaplıdır. Çeşitli yörelerde belli bir sıra halinde uzanan dağlar, il topraklarının %60'ını kaplar. Khnem, Sipikor, Maryam, Kop, Mülpet, Kazankaya, Munzur, Ergani, Coşan ve Dumanlı dağları yüksek dağları arasındadır. Ovaları birbirine bağlanmıştır. Yukarı Fırat Bölümü'nde doğu-batı yönünde uzanan Erzincan ovasının yüksekliği 1218 m, uzunluğu 40 km, toplam alanı ise 500 kilometrekaredir (Yelegen, 2014). Erzincan karasal iklim özelliğine sahip olmasına rağmen bölgenin diğer illerine göre daha ılıman bir iklime sahiptir. Çayırlı, İliç, Kemah, Kemaliye, Otlukbeli, Refahiye, Tercan ve Üzümlü ilçeleridir (Hayli, 2002; Anonim, 2016a).

Turizm kökeni açısından bakıldığında, Erzincan tarihi İpek Yolu üzerinde kurulmuş önemli bir yerleşim yeridir. Günümüzde özellikle Urartu-Hitit döneminden kalan şehir kalıntıları, kaleler, Selçuklu ve Osmanlı döneminden kalan camiler, çeşmeler, köprüler ve kervansaraylar ilin kültürel yapısına ışık tutmaktadır. Erzincan Ekşisu Mesire Alanı Böğert maden suyu, Horhor ve Erzincan Ilıcası gibi önemli termal ve şifalı su kaynaklarına sahiptir. İlin kültürel ve doğal değerleri ile ilde yapılan festival ve şenlikler turizm üzerinde olumlu etkiler göstermektedir. Bu etkinliklerin en çok bilinenleri arasında; Refahiye Bal Festivali, Kemaliye Kültür Festivali, Kemah Sultan Melik Tarih Kültür ve Spor Şenlikleri ve Uluslararası Esence Yedigöller Dağcılık Şenlikleri sayılabilmektedir (Yalçınayvuz, 2015).

Erzincan mutfağı, Anadolu mutfağının birçok medeniyetin izlerini taşıması, ulaşım yolları üzerinde olması ve çeşitli kültürleri içermesinden dolayı zengin bir mutfaktır. Geleneksel halk mutfağıyla ortak özellikler gösteren Erzincan mutfağının temelini; buğday ve ürünleri, kırmızı et, süt-yoğurt-tereyağı, meyve ve sebzeler oluşturmaktadır. Bu yiyeceklerden yapılan tarif ve bileşimler; ailelerin yaşam şekilleri, tercihleri, ekonomik durumları ve diğer il ve bölgelerle bağlantıları gibi etmenlerle zenginleşmiştir (Yelegen, 2014).

Erzincan'da ekonomik yönden tarım ve hayvancılık sektörü ön plandadır. Yöre konum olarak Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgeleri arasında bulunmasından dolayı meyve, sebze ve yenilebilir yabani ot çeşidi bakımından zengindir. Ekimi yapılan tarla bitkileri; buğday, arpa, çavdar, kuru fasulye, nohut, yeşil mercimek, börülce, mısır, şeker pancarı ve patatestir. Erzincan yöresinde özellikle buğday ve hayvansal kaynaklı gıdalar insanların beslenmesinde tüketilen temel ürünlerdendir. Yemekler tandır ve ocak ateşinde doğrudan ateşe tutularak, tencere, güveç ve çömlekte haşlanarak ve az suda kavularak pişirilir. Uzun süre saklanan yiyecekler ise tuzlanarak, tuzlu suda muhafaza edilerek veya güneşte kurutularak hazırlanır (Yelegen, 2014). Bulgur, yarma, tarhana, erişte ve dövme sevilerek tüketilen gıdalar arasındadır. Özellikle bulgur birçok yemek yapımında kullanılır. Kış mevsiminde tüketmek amacıyla gıda maddelerinin hazırlanması yöre halkı açısından önemlidir. Bulgur, gendime (aşurelik buğday), tarhana, yarma ve erişte kış için hazırlanan ürünlerin başında gelir. Ayrıca çeşitli sebze ve meyvelerin kurutulması yanında bu ürünlerin reçel yapılarak değerlendirilmesi de yaygındır. Yöre mutfağı yemek türü bakımından da çeşitlidir. Eşgili, kesme çorba ve yaprak sarma başlıca yemek türleridir. Ayrıca su böreği, kete ve tatlılar sıklıkla tüketilen hamur işlerindedir (Anonim, 2016b).

#### 1.5. Erzincan Evlerinde Mutfak

Erzincan'da evler Anadolu'nun diğer evleri gibi kerpiç ve taştan yapılmıştır. Eski evlerde mutfak yoktur. Yemek yeme ve pişirme işlemleri yazın evin bitişiğinde "ayvan" denilen üç tarafı açık alanda, kışın ise odaların birinde gerçekleştirilirdi. Kırsalda ise "tandırılık", "fırın damı", "ocaklık", "aşhana" veya "içeri evi" diye tabir edilen bölümlerde gerçekleşmiştir.

Mutfakta; gaz ocağı, ispirotoluk, tava, goc, satır, ocak, odun- ırpı, sac, terek, maŗa, semaver, makgat, yayma, ot yastık, g g m, parha , el kazanı, helke, debbe, zavrak ve k lekler bulunurdu. Yiyeceklerin bir kısmı büyük mutfak olarak adlandırılan kilerlerde muhafaza edilirdi. Eski dönemlerde kullanılan mutfak araçlarından Şehir ve köylerde yaŗayan herkes istifade edebilmiŗ; ağaç, tahta, bakır, toprak, demir, pirinç, cam, porselen, g m ŗ, sacdan yapılmıŗ olan eŗyaların hemen hepsi zamanla ekonomik, sosyal ve kültürel durum ayırt edilmeksizin her aile tarafından kullanılmıŗtır. Ayrıca emaye, çinko ve alüminyum kova ve tencereler de kullanılan diğer mutfak kapları arasında yer almıŗtır (Yelegen, 2014).

### 1.6. Erzincan'da Bakırcılık

Erzincan'daki bakırcı atölyelerinin kökeni, M. . 9.-6. yüzyıllarda Doğu Anadolu, Transkafkasya ve Kuzeybatı İran'da egemenliğini sürdüren Urartu Krallığı'nın madencilik endüstrisine dayanır. Erzincan geleneksel yapım tekniği ve yöreye özgü çizgileri taŗıyan bakır eŗyasıyla, ülkemizin bakırcılık yapılan önemli y relerindedir. Ancak Erzincan'da bakır kaplar çok  eŗitli özellikte karŗımıza çıkmaktadır. Yörede bakırdan yapılan en önemli eŗyaların baŗında sahan, tas, kevgir, debbe, tava, tabak ve bakraç gibi mutfak eŗyaları gelmektedir (Naldan, 2014).

### 1.7. Erzincan'ın Yöresel  r nleri

**Erzincan  z m :** Erzincan'ın  z ml  (cimin) ilçesinde yetiŗen siyah renkli, basık-oval Őekilli, ortalama 3-4 g tane ağırlığında, çekirdek sayısı ortalama 1-4 olan, orta kabuk kalınlığında, aroması tatlı-mayhoŗ, konik Şeklinde, dolgun sıklıkta, 300-1500 g salkım iriliğinde olan sofralık bir üzümdür. Erzincan ve çevresinde siyah  z me kara erik  z m  de denilir.  z mler genellikle taze meyve olarak t ketelebildiği gibi, içecek olarak üzüm suyu ve Şarap  retiminde, re el, pestil, hoŗaf, pekmez ve sirke yapımında, üzüm kompostosunda, aŗure içerisinde ve tatlı olarak birçok hamur iŗi tatlılarda kullanılmaktadır (Yelegen, 2014; Anonim, 2016a).

**Erzincan Tulum Peyniri:** Adını içinde olgunlaŗtırıldıđı ambalajından alan Tulum peyniri, Türkiye'de en çok üretilen ve tüketilen peynirler arasındadır. Ekonomik değere sahip olan ve kaŗar peynirden sonra miktar olarak ülkemizde en fazla üretilen peynir  eŗidi olarak bilinmektedir. Geleneksel tulum peyniri  retilimi için 10 ile 45 gün arasında zamana ihtiyaç duyulmaktadır (Aydın, 2007). Yapımına yılın beŗinci veya altıncı aylarında baŗlanan dokuzuncu ayda biten ve Erzincan'ın yüksek rakımlı, 90-100  eŗit bitki zenginliğine sahip, temiz ve serin yaylalarındaki soğuk suların beslenen beyaz koyundan (karaman koyun) alınan sütten yapılan peynirdir (Anonim, 2016a).

Tüketime sunulan tulum peynirleri beyazdan sarıya kadar deđiŗen renklerde dir. Doğu Anadolu Bölgesi'nde ayrıca Bingöl, Elazığ, Erzurum ve Tunceli illerinde de üretilmektedir. Erzincan iliyle  zdeŗleŗen tulum peyniri çoğu zaman "Erzincan tulum peyniri" olarak anılmaktadır. Yarı sert veya yumuŗak peynirler sınıfında yer alan bu peynir; yüksek yağ içerikli, kolay ufalanan, yarı sert tekstürlü, tereyağımsı ve keskin kokulu bir peynir  eŗididir (Akyüz, 1981; Kurt vd., 1991).

**Tava Leblebisi:** Tava leblebisinin nohudu Erzincan, Nevŗehir ve Uŗak yörelerinden temin edilir. Seçiminde kırık olmaması ve özellikle kurak bölgede yetiŗen nohut olmasına dikkat edilir. Nohut yağmur sevmeyen bir bitki olduğundan kurak bölge leblebi kalitesi açısından önemlidir (Yelegen, 2014). Erzincan leblebisi ve  eŗitleri oldukça ünlüdür ve diğer leblebilerden farklıdır. Leblebinin nohudu diğer Şehirlerde yetiŗen nohutlara nazaran iri olduğundan üretilen leblebi diğer yörelerde üretilen leblebilerden daha büyüktür. Kendine has tadı ile  nlenen Erzincan tava leblebisinin lezzeti ise kavurma ve dinlendirme sürecinde ortaya çıkmaktadır (Anonim, 2016a).

**Erzincan Kovan Balı:** Doğal, 1700 civarında çiçek özünden oluşan, 2550 m rakımda, katıksız, şekerli ve bal mumu kullanılmadan, arının ürettiği saf balın adı Erzincan Karakovan Balı olarak bilinmektedir. Bal, besin kalitesini artıran faktörlerden olan proteinlerin, enzimlerin, esterlerin, vitaminlerin, mineral maddelerin, asitlerin yoğun olması ve insan sağlığına zarar vermeyen meyve şekerlerinin yüksek düzeyde bulunması nedeniyle önemlidir (Anonim, 2016a).

**Gendime Tarhanası:** Erzincan yöresinde tarhana çorbası, çorbalar kategorisinde en başta sayılan çorbadır. Erzincan'da geleneksel olarak gendime, yarma, gendime aşığı veya buğday aşığı tarhanası yapılır. Kışın tarhana pişirilirken şalgam ince olarak doğranır, haşlanarak suyu süzülür ve tarhanaya lezzet vermesi için eklenilir (Yelegen, 2014).

**Zetirin:** Kemaliye ilçesinde sıcak veya ıslatılmış ekmeğin üzerine gezdirilerek yenilen öğütülmüş bir ot karışımıdır. Şifalı olduğuna inanılan en az 60 çeşit yenilebilir yabancı ot dağlar ve çayırardan toplanarak kurutulur ve dövülerek karışıma ilave edilir (Yelegen, 2014).

### 1.8. Erzincan Düğün Yemekleri

Erzincan'da düğün yemekleri için iki farklı kombinasyondan oluşan ziyafet sofraları hazırlanmaktadır. Bunlar;

- 1- Yarma çorbası, babukko ve hoşaf ile hazırlanan menü ve
- 2- Ufak yemek olarak nitelendirilen bamyaya, yaprak dolması, üzüm kasefesi, hoşaf, pilav, börek, sarığırma, baklava, zerde, kuzu dolması ve kaburga ile hazırlanan diğer bir menüdür.

Düğünlerde Babukko yemeği verildiği takdirde ufak yemek olarak bilinen yemekler verilmez.

Erzincan düğünlerinde genellikle yarma çorbası, babukko ve hoşaf birlikteliğinden oluşan düğün sofraları tercih edilmektedir. Bu nedenle çalışmada bu yemek çeşitlerinin malzeme ve yapıları detaylandırılarak fotoğraflarına yer verilmiştir.

#### 1.8.1. Yarma çorbası

Türk mutfağında yüzlerce çeşidi olan çorbalar sevilerek tüketilen yemekler arasındadır. Bazı çorbalar, özel günler olarak nitelendirebileceğimiz dönemlerde yapılarak misafirlere ikram edilir. Düğün çorbası, toyga çorbası, yayla çorbası vb. bunlara örnek olarak verilebilir. Erzincan yöresinde düğünlerde genellikle yarma çorbası ziyafet sofralarında ikram edilmektedir.



Fotoğraf 1: Yarma Çorbası

**Tablo 1. Yarma Çorbası Yapımı için Gerekli Malzemeler**

Malzemeler	Ölçü
Kıyma	150 g
Taze fasulye	200 g
Yarma	70 g
Margarin	50 g
Soğan	2 adet
Domates	1 adet
Dereotu, maydanoz	5 sap
Yağ (kızartmak için)	1 bardak
Karabiber, tuz	1 tutam

**Yapılışı:** (Gürsoy, 2011)

- 1) Kıyma karabiber ve tuz ile yoğrulur, misket büyüklüğünde köfteler yapılarak kızgın yağda kızartılır,
- 2) Fasulyeler ayıklanır ve ince ince enine kıyılır,
- 3) Soğan ince ince kıyılır, margarinde kavrulur ve fasulyeler eklenir,
- 4) Domates küp şeklinde doğranır ve karışıma eklenir,
- 5) Su eklenerek pişirilir,
- 6) Fasulyeler piştikten sonra yarmalar katılarak kaynatılır,
- 7) Kılıymış maydanoz ve dereotu serpiştirilir ve servis yapılır.

**1.8.2. Babukko**

Hamurdan yapılan Babukko, Doğu Anadolu Bölgesi, Doğu Karadeniz'in bazı yöreleri ve İç Anadolu'nun doğu kesimlerinin yöre mutfağına ait bir yemek türüdür. Daha çok Erzincan, Sivas, Gümüşhane, Tunceli, Elazığ, Bingöl, Kayseri ve çevresine özgü bir yemektir. Tuzlu tereyağı ve yoğun kıvamlı ayranı ile birlikte servis edilir. Babukkonun ortası oyulur, oyulan kısımdan çıkarılan hamur parçaları ufak parçalar halinde bölünerek oyulan kısma eklenir. Sonra üzerine sosu ilave edilerek servis yapılır. Babukkonun tamamen parçalanarak soslanmış haline "bavuko", ortası oyularak servis edilmiş haline "zervet" ya da "zerafet" ismi verilir (Anonim, 2016c).

*Fotoğraf 2: Babuko Yemeği*

**Tablo 2. Babukko Yapımı için Gerekli Malzemeler**

Malzemeler	Ölçü
Un	5 su bardağı
Tuz	2 tatlı kaşığı
Sarımsak	5 diş
Su	2 su bardağı
Yoğurt	1 kg
Margarin	1 adet

**Yapılışı:** (Anonim, 2016d)

- 1) Buğday unundan hamur hazırlanır ve mayalanmaya bırakılır,
- 2) Hamur mayalandıktan sonra yuvarlak şekil verilir ve ocakta sacın altına yerleştirilerek pişirilir,
- 3) Yoğurt ya da keşten yapılan ayran ayrı bir kaba konur,
- 4) Tereyağı bir tavada eritilir,
- 5) Buğday unundan yapılan ve kömbe diye bilinen büyük ekmeğin üzerindeki kızarmış kabuğu bıçakla daire şeklinde kesilerek çıkarılır. Kömbenin içi oyularak ayrılır,
- 6) Çıkarılan iç lokmalar şeklinde doğranır. Kömbenin içerisine dökülür. Üzerine ayran ve ayranında üzerine eritilmiş tereyağı dökülerek servise hazır hale getirilir.

### 1.8.3. Üzüm hoşafı

Anadolu'da yöreden yöreye değişmekle beraber kayısı, vişne, erik, dut, elma, armut, üzüm, incir ve kızılcık gibi meyveler kurutulur. Kurutulmuş meyveler hoşaf yapımında kullanılır. Üzüm Erzincan ilinde fazla miktarda yetiştiği için yörede en fazla kurutulan meyveler arasındadır. Üzümden yapılan hoşaf ise Erzincan düğün yemeklerini tatlandırmaktadır.



*Fotoğraf 3: Üzüm Hoşafı*

**Tablo 3. Üzüm Hoşafı Yapımı için Gerekli Malzemeler**

Malzemeler	Ölçü
Kuru üzüm	200 g
Şeker	1 su bardağı
Su	2.5 su bardağı

**Yapılışı:** (Halıcı, 2009).

- 1) Üzümlerin sapı ve çöpü ayıklanır. Üzerini örtecek kadar su ilave edilir ve suda bir süre beklettikten sonra suyu süzülüp bir tencereye alınır,
- 2) Üzerine tekrar su ilave edilir. Önce yüksek ateşte kaynatılır. Kaynadıktan sonra ateş kısılarak 15 dakika daha pişirilir,

- 3) Üzümler yumuşayınca şekeri ilave edilir. 5 dakika daha pişirilerek ateşten alınır ve ılımaya bırakılır,
- 4) Ilıdıktan sonra buzdolabına alınarak soğutulur ve servise hazırlanır.

## 2. SONUÇ

Anadolu'da bölge, şehir ve yörelerin yeme-içme alışkanlıkları düğün törenleri sırasında yapılan yemeklere yansiyarak yörelerin yemek kültürünü ön plana çıkarmaktadır. Düğün törenlerinde düğüne gelen misafirlere yöreye özgü yemeklerin ikram edilmesi, Türk yemek kültürünün gelecek kuşaklara aktarılması açısından önemlidir. Günümüzde turistlerin bir ülke veya bölgeyi tercih etmelerindeki temel nedenler arasında o bölgede yapılan yemekler veya sadece o bölgede üretilen bir ürün ile yapılan yemeğin tadımı ve üretim aşamalarının gözlemlenmesi yer almaktadır. Bu yönleriyle gastronomi turizmi ülke turizminin çekiciliğini artırmaktadır.

Türk mutfağı yemeklerinin içeriği, çeşitliliği ve taşıdığı kültürel özellikleri ile turizm endüstrisi için önemli bir potansiyele sahiptir. Bu zengin miras turizm pazarlaması açısından doğru değerlendirilmelidir. Bu nedenle Anadolu yöre yemeklerinin yapımının unutulmaması ve tanıtımının yapılması, Türk mutfak kültürünün korunması açısından önemlidir. Ancak yeteri kadar tanıtılmaması nedeniyle Türk mutfağı dünya mutfakları arasında hak ettiği yere gelememiştir. Bu nedenle özellikle yörelere ait yemeklerin detayları hakkında tanıtıcı bilgilerin yer aldığı katalog veya kitaplar hazırlanmalı, yiyecek-içecek etkinlikleri, çeşitli yarışmalar, festivaller, konferanslar ve kongreler gibi bilimsel faaliyetler sıklıkla organize edilmeli ve bu etkinliklere katılım teşvik edilmelidir.

Erzincan yöresi tarihi, doğası, kültürel özellikleri ve bulunduğu coğrafi konum nedeniyle turizm açısından ülkemizin önemli illeri arasında yer almaktadır. Bu nedenle özellikle Erzincan yemek kültürünün turizmde ön plana çıkarılması ile bölgede oluşturulacak alternatif turizm çalışmalarına ve bölge kaynaklarının sürdürülebilirliğine katkı sağlanması söz konusudur. Yemek kültürünün gelecek kuşaklara aktarılması ve turistler için çekicilik unsuru olarak görülebilmesi için Erzincan'da faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri, belediye, valilik, üniversite ve yöre halkına önemli görevler düşmektedir. Yöreye gelen yerli ve yabancı turistlere yemek kültürünün tanıtımı için yemek üretim süreci açık hale getirilerek birlikte hazırlama imkânı sunulabileceği gibi turistik geziler sonunda ziyaretçilere bölgeyi hatırlatacak yöresel ürünlerin satışları da yapılabilir. Özellikle konaklama işletmeleri ve yiyecek-içecek işletmelerinde yöresel yemekleri içeren menülerin hazırlanması sağlanmalıdır.

Gastronomi turizmi, bölgede sürdürülebilir bir turizm anlayışının ortaya çıkmasına, yöresel olarak yapılan yemeklerin orijinalliğinin korunmasına ve bu ürünlerin kayıt altına alınabilmesine olanak sağlamaktadır. Bu sayede yörenin yemek mirası korunarak hem yerel ekonominin kalkınmasına katkı sağlanmakta, hem de kültürel tatların tanıtımı ile bölgenin turistik çekiciliği arttırılabilmektedir.

Ayrıca yöresel ürünlerin coğrafi işaret tescilini alarak korunması ve markalaşması sağlanabilir. Üniversitelerin gastronomi bölümlerinde yöresel mutfaklar hakkında gereken eğitimler verilerek unutulmuş lezzetlerin hatırlanması söz konusu olabilir. Türkiye'de yerel mutfakların özgün etkilerini içinde barındıran köklü ve çok yönlü bir mutfak kültürü yaşamaktadır. Bu nedenle yöreye özgü yemek çeşitleri, özel günlerde hazırlanan yemekler (düğün, doğum, sünnet, ölüm), kutsal günlerde yapılan hazırlıklar (ramazan bayramı, kandiller, kurban bayramı), sofraya düzenleri, mutfak araçları ve pişirme yöntemleri gibi konuları temel alan çalışmaların yapılmasının gerekli olduğu düşünülmektedir. Çalışmamıza konu olan düğün yemekleri; bölgelerin veya yörelerin yeme-içme alışkanlıklarını ve kültürel mirasını yansıtmaları bakımından bundan sonra yapılacak çalışmalar için kaynak özelliği taşımakta ve gastronomi turizminin paydaşları için öneriler sunmaktadır.



### 3. KAYNAKLAR

- Adıgüzel, S. (1997). *Erzurum ve Azerbaycan'da ortak olan bazı düğün gelenekleri*. Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi, (7); 121-126.
- Akgöl, Y. (2012). *Gastronomi turizmi ve Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin gastronomi deneyimlerinin değerlendirilmesi*. T.C. Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Mersin.
- Akman, M. (1998). *Yabancı turistlerin Türk mutfağından beklentileri, yararlanma durumları ve Türk mutfağının turizme katkısı üzerine bir araştırma*. Doktora tezi (basılmamış), Ankara Üniversitesi, 145s., Ankara.
- Akyüz, N. (1981). *Erzincan (şavak) tulum peynirinin yapılışı ve bileşimi*. Atatürk Üniv. Zir. Fak. Derg. 12(1); 85-111.
- Anonim. (2007). *Türkiye'de turizm yatırım olanakları ve yatırım süreci*. T.C. Turizm Bakanlığı Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Anonim. (2016a). <http://www.erkincan.gov.tr/erkincan/cografi-yapisi/> (Erişim tarihi: 20.02.2016)
- Anonim. (2016b). <http://www.erkincankulturturizm.gov.tr/TR,57400/erkincan-mutfagi.html> (Erişim tarihi: 20.02.2016)
- Anonim. (2016c). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Babuko> (Erişim tarihi: 25.02.2016)
- Anonim. (2016d). <http://babukko.tarifi.com.tr/> (Erişim tarihi: 25.02.2016)
- Arslan, Ö. (2010). *Yabancı turistlerin yiyecek içecek işletmeleri, personeli ve Türk mutfağına ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi: Alanya örneği*. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Artun, E. (1998). *Adana mutfak kültürü ve Adana yemeklerinden örnekler*. Adana: Çuktob Yayınları: 91.
- Arvas, A. (2013). *Geçmişten bugüne geleneksel bir lezzet: İskilip dolması*. The Journal of Academic Social Science Studies, 6(1), 229-239.
- Aydın, B. D. (2007). *Erzincan tulum peyniri üretiminde alternatif yöntemlerin araştırılması*. T.C. Kafkas Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Besin Hijyeni ve Teknolojisi Anabilim Dalı Doktora Tezi, Kars.
- Başbuğ, F. (2012). *Çağdaş Türk resim sanatında düğün teması*. İdil, Cilt 1, Sayı 2; 166-178.
- Berber, O. (2009). *Türk kültüründe eğlence ve birlik unsuru olarak düğünler*. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2, sayı:10.
- Beşirli, H. (2011). *Türk kültüründe güç, iktidar, itaat ve sadakatin yemek sembolizmi esasında değerlendirilmesi*. Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Dergisi, 58, 139-152.
- Birer, S. (1990). *Türk mutfağının tarihsel gelişim süreci içerisindeki değişimi ve bugünkü durumu*. Beslenme ve Diyetetik Dergisi, 19; 251-260.
- Çetin, C. (2008). *Türk düğün gelenekleri ve kutsal evlilik ritüeli*. Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi 48 (2); 111-126.
- Dereli, A. M. (1989). *Ticari mutfak ders notları-1*. Ankara: Turban Turizm A.Ş. Genel Müdürlüğü.
- Eren, S. (2007). *Türk mutfağı ve Haccp sistemi; mutfak profesyonellerinin Haccp bilgilerinin ölçülmesi*. I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, 10-11 Nisan, Antalya, Türkiye.
- Ertaş, Y. ve Karadağ, G.M. (2013). *Sağlıklı beslenmede Türk mutfak kültürünün yeri*. Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi 2(1); 117-136.
- Green, G.P., Dougherty, M.L. (2008). *Localising linkages for food and tourism: culinary tourism as a community development strategy*. Community Development, 39(3); 148-158.
- Güler, S. (2008). *Türk Mutfağının Değişim Nedenleri Üzerine Genel Bir Değerlendirme*, sayfa: 18-28. Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Y.O. Yayınları. Eskişehir.
- Güler S. (2010). *"Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları"*. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(26); 24-30.

- Gürsoy, D. (2011). *Kuzeyden güneye doğudan batıya yöresel mutfağımız*. 4. Baskı, Oğlak Yayınları, İstanbul, sayfa:87.
- Halıcı, N. (2009). *Türk mutfağı*. 1. Baskı, Oğlak Yayınları, İstanbul, sayfa:284.
- Hayli, S. (2002). *Erzincan ovasında genel arazi kullanımı*. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12 (1); 1-24.
- Hatipoğlu, A. (2010). *İnançların gastronomi üzerine etkileri bodrumdaki beş yıldızlı otellerin mutfak yöneticilerinin görüşlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi.
- Karim, A. S. & Chi, G-Q. C. (2010). *Culinary tourism as a destination attraction:an empirical examination of destinations' food image*. Journal of Hospitality Marketing & Management, 19(6), 531-555.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2009). *Genel turizm ilkeler ve kavramları*. Turhan Kitabevi., 8. Baskı, 170 s., Ankara.
- Kurt, A., Çakmakçı, S. ve Çağlar, A. (1991). *Erzincan tulum (şavak) peynirinin yapılışı, duyuusal, fiziksel ve kimyasal özellikleri üzerine bir araştırma*. Gıda. 16 (5); 295-302.
- Lopez-Guzman, T. ve Sanchez-Canizares, S. (2012). "Gastronomy, Tourism and Destination Differentiation: A Case Study in Spain" Review of Economics & Finance, 1, 63-72.
- Naldan, F. (2014). *Erzincan bakırcılığı*. Turkish Studies ,Volume 9/10, Fall 2014; 775-796.
- Okumuş, B., Okumuş, F. ve McKercher, B. (2007). "Incorporatin Local and International Cuisines in The Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey". Tourism Management 28, 253-261
- Renko, S., Renko, N., & Polonijo, T. (2010). "Understanding the role of food in rural tourism development in a recovering economy". Journal of Food Products Marketing, 16(3), 309-324
- Sağır, A. (2012). *Bir yemek sosyolojisi denemesi örneği olarak Tokat mutfağı*. Turkish Studies - International periodical for the languages, literature and history of Turkish or Turkic, Volume 7(4); 2675-2695.
- Sürücüoğlu, M. S. ve Özçelik, A. O. (2005). *Eski Türk besinleri ve yemekleri. Türk Mutfak kültürü üzerine araştırmalar*. Cilt:12, Turk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayın No:34, Ankara, Birlik Matbaacılık, 7-54.
- Sürücüoğlu, M.S. Özçelik, A.Ö. ve Hasipek, S. (2001). *Akdeniz mutfağı içerisinde Isparta mutfağının yeri*. Isparta'nın Dünü, Bugünü, Yarını Sempozyumu, Bildiriler Cilt:3, S.D.Ü. Basımevi, s.53-64, Isparta.
- Talas, M (2005), "Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz'e Göre Türk Yemekleri", Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 18: s.273-283.
- Tezcan, M. (1997). *Yemek kültürü üzerine dinsel etkiler*. Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları. Yayın No: 20. Birlik Matbaası, 1. Baskı, s.139-146, Ankara.
- Tuna, T. S. (2006). *Türk dünyasındaki düğünlerde koltuklama ve kırmızı kuşak bağlama geleneği*, Bilig, sayı 38; 149-160.
- Üner, E. H. (2014). *Herşey dahil sistemde Türkiye gastronomi turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi*. T.C. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Veren, E. (2012). *Tokat-Başçiflik ilçesinde evlenme gelenek ve görenekleri*. Kümbet, sayı:28, 13-18.
- Yalçın-Çelik, D. (2010). *Mengen'de özel gün yemekleri*. Millî Folklor, Yıl: 22, Sayı: 86, 127-139.
- Yalçinyavuz, A. Ü. (2015). *Erzincan kenti rekreasyon alanları kullanıcı tercihlerinin anketle analizi*. Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Erzurum.
- Yılar, Ö. (2011). *Erzurum'da erkeklerin bekârlığa veda partisi ,kısır gecesi*. A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi 45, 137-158.
- Yelegen, S. (2014). *Erzincan mutfak kültürü ve yemekleri*. CB matbaacılık, sayfa. 19-207, İstanbul.

## NENE HATUN TARİHİ MİLLİ PARKI'NIN HÜZÜN TURİZMİ VE MABETLEŞME YÖNÜNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

### AN EVALUATION WITH NENE HATUN NATIONAL HISTORICAL PARK IN TERMS OF DARK TOURISM AND SITE SACRALIZATION

Zühal AKSAKALLI\*, Gökalp Nuri SELÇUK\*\*, Cem IŞIK\*\*\*

**ÖZET:** Hüzün turizmi, savaş alanlarının mabetleşmesi sonucunu doğuran ve keder olgusuna vurgu yapan alternatif bir turizm türüdür. Bağımsızlık ve ulusal kimlik kazanma mücadelelerinin verildiği alanlar, hüzün turizmi destinasyonları kapsamında değerlendirilmektedir. Milli benlik duygularını yaşamak isteyen insanlar da bu alanları ziyaret ederek, mabetleştirmektedir. Dolayısıyla bu yöndeki bir hareketlilik, ülkelerin turizm çeşitliliğini artırmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın amacı Nene hatun Tarihi Milli Parkı'nın hüzün turizmi potansiyelini değerlendirmektir. Bu amaçla araştırmanın yöntemi olarak, MacCannell (1976)'in Mabetleşme süreci aşamaları (Adlandırma, Sınırlama ve Yükseltme, Tapınaklaştırma, Mekanik Çoğaltma ve Sosyal Çoğaltma) kullanılmış ve bu kapsamda Nene hatun Tarihi Milli Parkı'na bir bakış açısı getirilmesi amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda Nene hatun Tarihi Milli Parkı için Mabetleşme süreci aşamalarından Adlandırma ve Sınırlama ve Yükseltme aşamalarının gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Mabetleşme süreci aşamalarından Tapınaklaştırma sürecinin ise son üç yıldır yapılmakta olan Aziziye Tabyaları yürüyüşü ile başlamakta olduğu çıkarımı yapılmıştır. Alana yönelik Mekanik Çoğaltma ve Sosyal Çoğaltma aşamalarının ise milli parkın isminin ilanı ve görselleştirilmesinin ardından gerçekleşeceği ve "Nene Hatun" isminin hali hazırda Türkiye'nin birçok yerinde çeşitli alanların adlandırılmasında kullanıldığı görülmüştür.

**Anahtar sözcükler:** Hüzün Turizmi, Milli Parklar, Nene Hatun, Mabetleşme, Aziziye ve Mecidiye Tabyaları

**ABSTRACT:** Dark tourism is a type of alternative tourism that emphasizes to grief case and finds out result of sacralization for touristy object. Areas for war of independence and national identity are have importance within dark tourism. Tourists who want to see these battlefields are sanctify these areas. Accordingly, this study aims assess to Nene Hatun National Historical Park within MacCannell's (1976) five stages of sacralization (Naming, Framing-Elevation, Enshrinement, Mechanical Reproduction, Social Reproduction). MacCannell (1976)'s five stages of sacralization were used as the method of research and it was aimed to bring a point of view to Nene Hatun National Historical Park. As a result of the research, it was determined that the stages of Naming and Framing-Elevation were carried out for the Nene Hatun National Historical Park. It was deduced that the stage of Sacralization was beginning with the remembrance day for Aziziye Redoubts which had been going on for the last three years. It is seen that the stages of Mechanical Reproduction and Social Reproduction for the area will take place after the declaration and visualization of the name of the national park and the name "Nene Hatun" is used in many places of Turkey in naming various fields.

**Keywords:** Dark Tourism, National Parks, Nene Hatun, Sacralization, Aziziye and Mecidiye Redoubts

\* Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi1, Turizm Fakültesi, Erzurum-Türkiye, zuhal.aksakalli@atauni.edu.tr

\*\* Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi2, Turizm Fakültesi, Erzurum-Türkiye, gokalpns@atauni.edu.tr

\*\*\* Yrd. Doç. Dr., Atatürk Üniversitesi3, Turizm Fakültesi, Erzurum-Türkiye, isikc@atauni.edu.tr

## 1. GİRİŞ

Turizmin son yıllardaki gelişimiyle birlikte, turistik hareketlere katılma eğilimleri de farklılık göstermeye başlamış, yeni ve özel alternatif turizm türlerinin ortaya çıkması da kaçınılmaz hale gelmiştir. Bu gelişim göz önüne alındığında, kişisel eğilimlerin ve yeni trendlerin, turizm hareketlerini yönlendiren ana etkenlerden biri olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durum farklı deneyimler yaşamak isteyen turist profilini de yaratmaktadır. Özel ilgisi doğrultusunda bir turistik deneyim yaşamak isteyen turist profili, alternatif turizm hareketliliğinin öznesi konumuna gelmiştir. Özel ilgi turistlerinin katıldığı alternatif turizm türlerinden birisi ise hüzün turizmidir.

Hüzün turizmi, dark turizm, kara turizmi gibi adlarla da anılmakta olan bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Hüzün turizmi -ya da dark turizm- geçmişte ölümün gerçekleştiği ya da üzüntü yaratmış olayların yaşandığı alanlara yönelik seyahatleri ifade etmektedir. Hüzün turizmine turistleri yönlendiren motivasyonlar ise bazı nedenler sonucu gerçekleşmiş ölüm olaylarına yönelik merak, ölen insanlara verilen önem ve üzüntü yaratan olaylara yönelik ilgi olarak değerlendirilmektedir (Albayrak, 2013). Foley ve Lennon (1996) hüzün turizmini, gerçek ya da ticarileştirilmiş ölüm ve yıkım öğelerinin sunulması ve tüketilmesi olarak ifade etmektedir. Hüzün turizmi öncelikli olarak gerçek ya da siyasi ya da toplumsal baskılarla türetilmiş ölüm, dehşet ya da üzüntü ifade eden alanlara yönelik seyahatler olarak karşımıza çıkmaktadır. Kılıç ve Akyurt (2011)'a göre korku ve ölüm gibi olgular ve hüzün duygusu insanlara geçmektedir ve bu durum söz konusu olayların yaşandığı alanlara yönelik olarak bir turizm hareketliliği başlatmaktadır. Destinasyonların çekiciliğine katkıda bulunan bu turizm hareketliliği hüzün turizmidir. Kurnaz ve diğerleri (2013) hüzün turizmine yönelik 2012 yılına ait bir istatistikte en çok ilgi gören beş destinasyonu Amerika Birleşik Devletleri'nde 11 Eylül olaylarının yaşandığı Ground Zero, Polonya Auschwitz' teki Nazi Toplama Kampı, Fransa Pont de l'Alma' da Prenses Diana'nın trafik kazası kaza geçirerek hayatını kaybettiği tünel, Ukrayna'da bulunan Çernobil nükleer santral alanı ve Tayvan'daki Kwai köprüsü olarak sıralamışlardır.

Mabetleşme süreci ise Dean MacCannell (1976)'ın "The Tourist: A New Theory of the Leisure Class" isimli çalışmasında yer alan beş boyutlu bir olguyu ifade etmektedir. MacCannell (1976)'a göre Adlandırma, Sınırlama ve Yükseltme, Tapınaklaştırma, Mekanik Çoğaltma ve Sosyal Çoğaltma aşamalarını sırasıyla yaşayan turistik obje mabetleşmektedir. Mabetleşen turistik obje ya da mekânlar, ziyaretçileri için artık kutsal görülen manevi alanlar olarak ifade edilmektedirler.

Araştırma, Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'na yönelik hüzün turizmi potansiyelini, MacCannell (1976)'ın mabetleşme süreci kapsamında değerlendirmektedir. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı, Erzurum ili Yakutiye ilçesinde 387 hektarlık bir alan yer içerisinde yer alan bir çekim merkezidir. Alan 18.05.2009'da milli park olarak ilan edilmiştir. Milli park, içerisinde bulundurduğu, 93 Harbi olarak bilinen 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı sırasında bölgede düşman kuvvetlerine karşı önemli bir savunma sağlayan tabyalar dolayısıyla oldukça önemli bir tarihi değerdir. Milli park içerisinde çetin mücadelelerin verildiği Aziziye ve Mecidiye Tabyaları yer almaktadır. Milli park, içerisinde aynı zamanda 1952 yılında oluşturulmuş Aziziye Şehitleri Anıtı'nı da bulundurmaktadır. Aziziye ve Mecidiye Tabyaları'nda Rus güçlerine karşı verdiği mücadele ile adını tarihe yazdıran Nene hatun 'un kabri de de yine bu alan içinde yer almaktadır.

Araştırmada, Nene Hatun Tarihi Milli Parkı hüzün turizmi potansiyeli boyutuyla MacCannell (1976)'ın "The Tourist: A New Theory of the Leisure Class" isimli çalışmasında yer alan Mabetleşme süreci kapsamında değerlendirilmiştir. Milli park, Mabetleşme Süreci içerisindeki Adlandırma, Sınırlama ve Yükseltme, Tapınaklaştırma, Mekanik Çoğaltma ve

Sosyal Çoğaltma aşamalarıyla ayrı ayrı değerlendirilip, alanda hüzün turizmi boyutuyla Mabetleşme sürecinin yaşandığına dair bulgular ortaya konmuştur.

### 1.1. Hüzün Turizminin Kavramsal Çerçevesi

Hüzün turizmi kavramı, geçmişte meydana gelmiş ölüm ve üzüntü duygularının turizm amacıyla tüketilmesi şeklinde açıklanabilir (Aliğaoğlu, 2004). Kozak ve Bahçe (2012), dark turizm olarak da adlandırılan hüzün turizmini, ölüm ve acı olgularına vurgu yapan duyguların yaşandığı alanlara yönelik bir seyahati içeren turizm türü olarak tanımlamaktadır. Hüzün turizmi, ölüm ve acı yaşanmış alanlara yönelik seyahatleri ifade etmektedir. Albayrak (2013)'a göre ise hüzün turizmi, geçmişte gerçekleşmiş ölüm ya da üzüntü oluşturan olayların yaşandığı alanlara yönelik ilgi, merak duygusu, ölen kişilere ya da felaket alanına verilen önem ve değer gibi olgular doğrultusunda oluşan motivasyonlarla gerçekleştirilen seyahatlerin olduğu bir turizm faaliyetidir. Stone (2005) ölüm, acı gibi olgularla ilgili olan alanlara yönelik seyahatlerin temelini antik dönemlere dayandığını ifade etmektedir.

Hüzün turizmi kavramı, alanyazınına Foley ve Lennon ile birlikte 1990'lı yıllarda girmeye başlamıştır (Alaeddinoğlu ve Aliğaoğlu, 2007). Hüzün turizmi, Lennon ve Foley (2000) tarafından "dark turizm" olarak adlandırırken, Seaton (1996) tarafından "thanatourism", Blom (2000) tarafından "morbid turizm", Slayton (2006) tarafından ise "grief tourism" olmak üzere birçok kavram ile ifade edilmiştir.

Hüzün turizmi tüketicileri, üzüntü ve acı duygularını yaşamak ve gerçekleşen olaylar sonucunda kazanılan deneyim aracılığıyla huzura ermek amacı güderek bu seyahatlere katılmaktadır (Seaton, 1996). Turistleri bu seyahatlere yönlendiren güdülerden birisi de geçmişte yaşanmış savaş, afet ve toplu ölüm gibi olayların gerçekleştiği alanların ziyaret edilmesi ile yaşanmışlıkların yeniden hissedilebilmesi arzusudur (Varol, 2015). Turistler için bu seyahatler, geçmişteki zaferlerle gurur duymak, yaşanmış acı ve üzüntüleri yeniden anımsamak ve anmak gibi duygularla gerçekleştirilmektedir (Kozak ve Bahçe, 2012).

Kozak ve Bahçe (2012)'ye göre hüzün turizmi kapsamındaki seyahatler;

- Aushchwitz Nazi toplama kampı gibi işkenceyle ismi anılan yerlere,
- 1915'te Çanakkale Savaşları'nın ya da 1815'te Waterloo muharebesinin yaşandığı savaş alanlarına,
- Japonya Hiroşima'da atom bombasının atıldığı ya da 11 Eylül saldırısının yapıldığı yer gibi insan kaynaklı felaketlerin yaşandığı alanlara,
- Tarihi Sinop cezaevi ya da Alcatraz gibi bir hapishaneye,
- Etna yanardağı püskürmesi ya da 17 Ağustos depremi gibi doğal afetlerin yaşandığı yerlere yapılabilmektedir.

Seaton (1999) ise hüzün turizmine yönelik olarak beş gruptan oluşan bir tipoloji oluşturmuştur. Seaton (1999)'a göre ilk grubu oluşturan tipolojide insanların idam cezası alan birinin idamını izlemek için olan seyahatleri türünden bir hareket vardır. İkinci grupta toplu ölüm ve felaket olaylarının yaşanmış olduğu yerlere yönelen bir turizm hareketliliği söz konusudur. Üçüncü grupta ölümlerin ardından mezar yerlerine ziyaretler bulunmaktadır. Dördüncü grup, ölümün ya da felaketin yaşandığı alanların dışında bir yerde sergilenen eşyalar, varlıklar, materyallerin sergilendiği müze benzeri yerlere ziyaret ve son olarak beşinci grup ise dini nedenler ve ölenlerin anıldığı yerlere yönelik olarak yapılan turizm hareketlerini içermektedir.

Türkiye’de de hüzün turizmi yönünden önemli potansiyele sahip çok sayıda alan vardır. Sarıkamış Allahuekber Dağları Milli Parkı, Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, Anıtkabir, Başkomutan Tarihi Milli Parkı, Dolmabahçe Sarayı, Nene Hatun Tarihi Milli Parkı, , Iğdır’daki Ermeniler Tarafından Katledilen Şehit Türkler Anıt ve Müzesi, Tarihi Sinop Cezaevi ve Ankara’daki Ulucanlar Cezaevi gibi alanlar Türkiye için önemli bir hüzün turizmi potansiyeli oluşturmaktadır.

Kendle (2008), hüzün turizmi örneklerinden biri olarak 11 Eylül terörist saldırılarının sonucunda oluşturulan New York’taki Ground Zero’ ya yönelen hareketliliği işaret etmektedir. Yine Kendle (2008)’in çalışmasına göre Katrina Kasırgası sonrası New Orleans’a ve 2004 yılındaki tsunaminin ardından Doğu Asya’ya yönelik ziyaretler de hüzün turizmi kapsamında felaket turizmi örnekleridir. Hüzün turizmi kapsamında dünya çapında birçok alan, yapı, gerçek ya da simgesel mezarlık gibi önemli unsur bulunmaktadır. Bu unsurlar, Auschwitz Toplama Kampı gibi ölüm kampları, Kamboçya’daki Ölüm Tarlası gibi soykırım alanları, sinema oyuncusu James Dean’in trafik kazasında öldüğü yer gibi ünlülerle ilgili hüzün alanları, Gelibolu gibi savaş alanları, Leeds’teki Kraliyet Askeri Müzesi gibi ölüm ya da ölümlerin gerçekleştirildiği silahların sergilendiği müzeler olarak örneklendirilebilmektedir (Stone, 2005).

Kılıç ve Akyurt (2011)’a göre keder, korku, ölüm olaylarının yaşandığı alanlarda turizm hareketliliği görülürken, bu destinasyonların zamanla çekiciliği de artmaktadır.

## 1.2. Savaş Alanlarına Yönelik Hüzün Turizmi (Savaş Alanları Turizmi)

Savaşlar ve savaş alanları, insanlar ve toplum üzerinde farklı yönlü etkiler yaratan olay ve yerlerdir. Bu sebeple savaşların yapıldığı alanlara yönelik seyahatler son yıllarda en dikkat çeken faaliyetlerden birisi olarak görülmektedir. İnsanları bu alanlara seyahat etmeye yönlendiren çeşitli sebepler vardır. Bu sebeplerden en önemli olanları; tarih ilgisi ve yapılan fedakârlığa karşı minnettarlık hissetme olarak belirtilmektedir (Hall ve Başarın, 2009). Savaş alanları turizmi, insanların tarihi savaşların yapıldığı alanları ve bu alandaki kalıntıları görme arzusunun yarattığı bir turizm türü olarak ifade edilmektedir (Doğaner, 2006).

Miras turizmi içerisinde değerlendirilen hüzün turizmi, farklı sebeplerle üzüntü yaratan alanların turizm amacıyla tüketilmesi anlamına gelmektedir. Savaş alanlarına yönelik olan ziyaretler de, bu turizm türüne bir örnek teşkil etmektedir (Aliağaoğlu, 2008). Seaton (1999)’ın da belirttiği gibi, hüzün turizmi artık büyük toplulukların ilgi gösterdiği bir turizm çeşididir. Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu (2007)’na göre hüzün turizmi içerisinde en fazla talep oluşturan ve sosyal, ekonomik yönden değer oluşturan turizm çeşidi savaş alanları turizmidir.

Başarın ve Hall (2008) savaş sahalarına yönelik hüzün turizmini, son on yıl içerisinde en yoğun gelişen turizm çeşitlerinden birisi olarak ifade etmiştir. Hall ve Başarın (2009), yaptıkları bir çalışmada, Avustralyalılar ve Yeni Zelandalıların ulus olma sürecinin başlangıcı olarak Çanakkale Savaşları’nı gördüklerini savunmuşlar ve Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı’na yönelik ziyaretleri bu bağlamda değerlendirmişlerdir. Dolayısıyla savaş alanlarına yönelik ziyaretlerin sadece bu alanları ve ölümü görme amacıyla değil, toplumların ulus olma mücadelelerindeki önemi nedeniyle de yapıldığını belirtmişlerdir.

Yine Seaton (1999) çeşitli ülkelerde bulunan Waterloo, Gettysburg, Pearl Harbour, Normandie gibi savaş alanlarını, milyonlarca insanın seyahat ettiği turizm bölgeleri olarak değerlendirmiştir. Amerika Birleşik Devletleri’ndeki iç savaşın ardından kalan mezarlıklara yapılan seyahatler savaş alanları turizminin ilk örnekleri sayılabilir (Atay ve Yeşildağ, 2011). Weir (2003) I. Dünya savaşına ait olan ve Fransa-Belçika’da bulunan Batı Savaş Hattındaki (Western Front) savaş alanlarına 1950’li yıllardan sonra anma törenleri için gidilmeye

başlandığını ifade etmektedir. Weir (2003), Somme bölgesindeki Western Front'a milyonlarca ziyaretçinin gittiğini ve buranın önemli bir turistik çekicilik haline geldiğini belirtmiştir.

Hall ve Başarın (2009), savaş alanlarının ziyaret edilme sebeplerini:

- Tarih ilgisi,
- Ünü bilinen bir kahramanın mezarını görme isteği,
- Fedakârlık karşısında minnet duyma,
- Bir şehit için yas tutma duygusu,
- Savaş olgusunu anlama,
- Kazanılmış zaferi kutlama isteği ve hatırlama duygusu,
- Savaşın ardında bıraktığı anıtları ve mezarlıkları görme isteği gibi sebepler olarak ifade etmiştir.

Ülkemizde ise bağımsızlık ve ulus olma mücadelelerinde önemli çarpışmaların gerçekleştiği, Sarıkamış Allahuekber Dağları Milli Parkı, Sakarya Meydan Muharebesi Tarihi Milli Parkı, Başkomutan Tarihi Milli Parkı ve Nene Hatun Tarihi Milli Parkı gibi alanlar da hüzün turizmi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Smith (1998)'e göre hüzün turizmi kapsamında savaş ile ilişkili olan faaliyetler, alanlar ve destinasyonlar, turizm pazarının büyük bir kısmını oluşturmaktadır.

Smith (1998)'e göre savaşla ilgili olan turistik çekicilikler, savaş alanları turizminde çok önemlidir. Kamboçya'da bulunan ölüm tarlaları (Killing Fields), Belçika'daki Waterloo, Bosna'da toplu katliamların yapıldığı ve bugün anıtların yer aldığı bölge, Pennsylvania'da yer alan Gettysburg, Dallas'ta Kennedy'ye suikastın yapıldığı alan ve Pearl Harbor gibi örnekler hüzün turizmi potansiyeli açısından önemli turistik çekicilikler olarak sayılabilir. Bu örneklerin önemli bir kısmı savaşın yarattığı alanlardır ve bu alanları her yıl binlerce insan çeşitli duygularla, savaş turizmi kapsamında ziyaret etmektedir. Seaton (1996), İngiliz ziyaretçilerin, Waterloo'yu görmelerinden sonra büyüklük, kahramanlık gibi değerleri hissederek döndüklerini belirtmiştir. Bu alanlara yapılan ziyaretler, tarihe olan merak ve geçmişini öğrenme duygularıyla başlarken, ziyaret sonrasında insanlarda geçmişe karşı manevi borçlarını ödeme, yas tutma görevini yerine getirme gibi duygularla rahatlama olarak sona ermektedir. Çeşitli savaş alanlarında gerçekleştirilen hüzün turizmi faaliyetleri, savaş kimliği ile öne çıkan tarihi milli parklara yönelik olarak da gerçekleşmektedir. Ülkemizdeki tarihi milli parklar da bu açıdan zengin bir potansiyele sahiptir.

### 1.3. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı

93 Harbi olarak bilinen 1877–1878 Osmanlı-Rus savaşları esnasında Erzurum'un korunmasını sağlayan ve şu an Nene Hatun Tarihi Milli Parkı içerisinde bulunan Aziziye ve Mecidiye Tabyaları, Rus güçlerin şehre ilerlemesine karşı verilen mücadelelerin mekânı olmuştur. Erzurum'a karşı saldırıya geçen Ruslar, Ermenilerden de destek alarak tabyalar bölgesine ilerleyip, buradaki Türk güçlerini şehit eder. Erzurum halkı bu olay karşısında, o dönem 20 yaşında olan Nene Hatun liderliğinde tabyalar bölgesine akın ederek büyük bir mücadele verir. Bu çarpışma sonucunda Erzurum halkı, tabyaları Rus güçlerden geri alır (Milliparklar, 2016).

Nene Hatun Tarihi Milli Parkı, Aziziye Tabyaları'ndaki mücadelede kahramanlığıyla tanınmış olan Nene Hatun' dan ismini almıştır. Nene Hatun 22 Mayıs 1955 günü Erzurum'da vefat etmiştir ve şu an milli park içerisinde yer alan Aziziye Anıtı'nın yanına defnedilmiştir. Kabri ve anıt mezarı bugün hala burada bulunmaktadır.

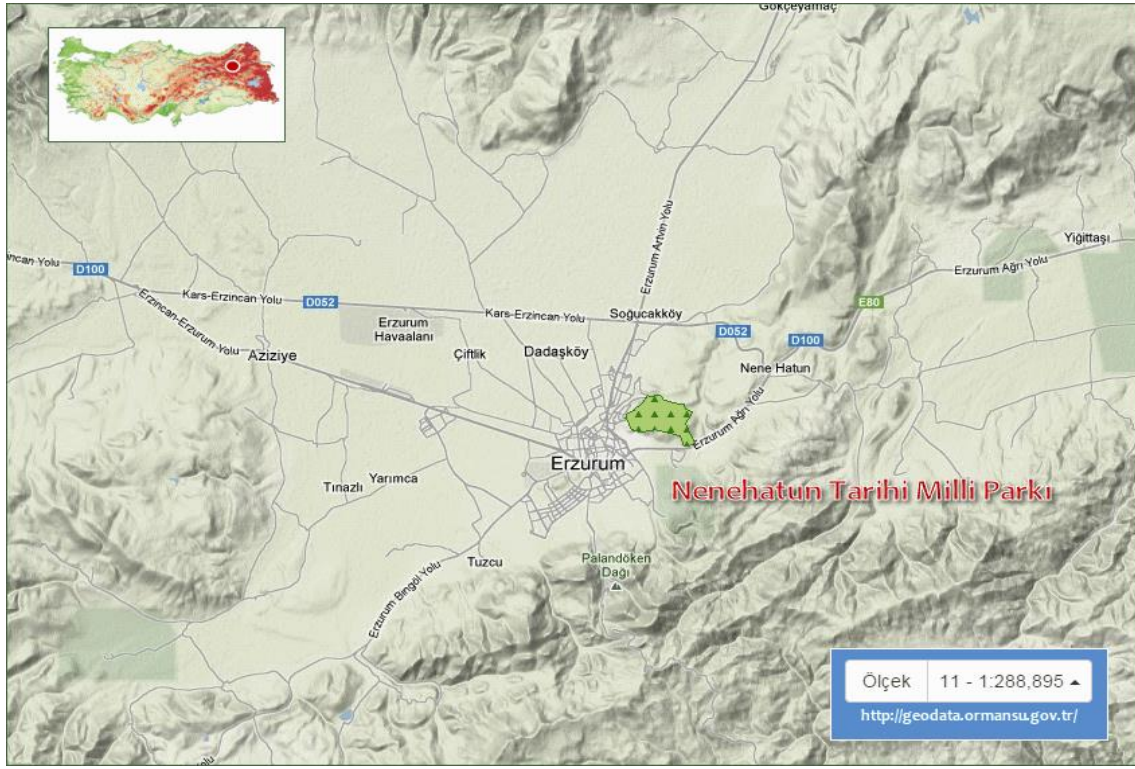
387 hektarlık bir alan üzerine kurulu olan milli park, Erzurum şehir merkezinin yaklaşık 2 km mesafe doğusunda Topdağı olarak adlandırılan bölgede yer almaktadır. Milli parkın konumu Şekil 1.1'de gösterilmektedir. Milli Park, içerisinde yer alan Aziziye ve Mecidiye Tabyaları dolayısıyla bölgede 'Tabyalar' olarak da adlandırılmaktadır.

Aziziye, Mecidiye Tabyaları ve buldukları alan, uzun zaman askeri güvenlik bölgesi içerisinde bulunduktan sonra 18 Mayıs 2009 tarihinde, 2009/15016 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla Nene Hatun Tarihi Milli Parkı olarak belirlenmiştir. Aşıroğlu (1996), isimlerinin de çağrıştırdığı üzere Aziziye Tabyaları'nın Sultan Abdülaziz zamanında, Mecidiye Tabyası'nın ise Sultan Abdülmecit zamanında inşa edildiğini ifade etmiştir.

Zaman ve Coşkun (2012), Nene Hatun Tarihi Milli Park alanının, milli park olarak koruma altına alınmasında önemli kaynak değerlerinin rol oynadığını belirtmektedir. Zaman ve Coşkun (2012)'a göre, bu kaynak değerleri öncelikle Aziziye ve Mecidiye Tabyaları ve Nene Hatun' un anıt mezarı, Aziziye Şehitler Anıtı, şehitlikler ve savaşın ardında bıraktığı diğer coğrafi ve maddi öğelerdir. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nda en güçlü çekicilik kaynağı tabyalar olmakla birlikte, Aziziye Şehitler Anıtı ve Nene Hatun anıt mezarı da milli parkın en önemli değerleridir (Zaman ve Coşkun, 2012). Erzurum çevresindeki şehre hâkim tepelerin birçoğunda çeşitli zamanlarda yapılmış başka tabyalar da bulunmaktadır. Erzurum ilinin ve çevresinin korunması amacıyla, Erzurum kalesi merkez alınarak üç kollu bir tabya kuşağı yapılmıştır. Aziziye ve Mecidiye Tabyaları da bu kuşak içerisinde yer alan önemli yapılardır.

1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı döneminde, bölgenin işgalci kuvvetlere karşı savunulmasında önemli bir yer tutan tabyalar, kültürel kaynak değeri olması ile birlikte; mimari yapısıyla da doğal kaynak değeri göstermektedir (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2016). Bunların yanında Nene Hatun Tarihi Milli Parkı alanı içerisinde Aziziye Şehitleri Anıtı, Nene Hatun'u simgeleyen bir heykel ve savaş dönemine ait olan ve çeşitli noktalarda konumlanmış tarihi top arabaları gibi unsurlar bulunmaktadır. 2014 yılında gezintiye yönelik araçları alınan ve milli park çevresini kapsayan güzergâhlar üzerinde tur faaliyetleri ve bunlara ek olarak seyir terası da uygulamaya geçirilmiştir.





Şekil 1.1. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı Konum Haritası

Kaynak: milliparklar.gov.tr



Fotoğraf 1.1. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı Girişi



*Fotoğraf 1.2. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki Manzara Seyir Teraslarından*

*Biri*

*Kaynak: milliparklar.gov.tr*

### **1.3.1. Aziziye Tabyaları ve Mecidiye Tabyası**

Aziziye Tabyaları, 93 Harbi olarak bilinen 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı esnasında doğu tarafından gelen Rus güçlerine karşı şehrin savunmasında önemli mücadelelerin verildiği savaş mimarisi örneğidir. Aziziye Tabyaları Fosfor Mustafa Paşa'nın projesi dâhilinde inşa edilmiştir. Tabyalar; 1 Numaralı Aziziye Tabyası, 2 Numaralı Aziziye Tabyası ve 3 Numaralı Aziziye Tabyası olmak üzere üç adettir. Bu tabyalar, güneyden kuzeye doğru sıralanmışlardır.

#### **1.3.1.1. 1 Numaralı Aziziye Tabyası**

Erzurum'a doğu tarafından gelecek Rus ya da İran saldırılarına karşı 1867-1872 yılları arasında Sultan Abdülaziz tarafından yaptırılmıştır. 1 Numaralı Aziziye Tabyası'nın giriş ve güneybatı kısmı ayaktaadır. Yaklaşık 7 metre yüksekliğindeki bu kısımların 2 katlı bir plan dâhilinde inşa edildiği anlaşılmaktadır. 1 numaralı Aziziye Tabyası, kullanımda olduğu dönem içerisinde 8 koğuş, 3 ya da 4 adet sofa, subay odaları, mutfak, ambar ve su kuyularına sahipti. Tarihinin bilinmediği bir yangın geçirmiş olan tabyanın dış ve iç kısımları bazalt taşından yapılmıştır. Savaş döneminden kalma kan izlerinin hala duvarlarında olduğuna inanılan 1 numaralı Aziziye Tabyası, bölge halkı tarafından kahramanlık göstergesi olarak görülmektedir (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2014). Erzurum'un doğusunda yer alan Karskapı yönündeki dağın güney kısmında, Erzurum- Kars arasındaki yola hâkim bir noktada kontrol amaçlı yapılan 1 numaralı Aziziye Tabyası'nın büyük bir kısmı tahrip olmuştur. 1867-1873 yılları arasında Sultan Abdülaziz tarafından batıya doğru bir sırt üzerinde yaptırılan 1

numaralı Aziziye Tabyası, güney tarafta bulunan tabyadır ve yanında Aziziye Şehitler Anıtı ve Nene Hatun' un anıt mezarı bulunmaktadır (Özcan, 2014).



*Fotoğraf 1.3. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerindeki 1 Numaralı Aziziye Tabyası  
Kaynak: milliparklar.gov.tr*



*Fotoğraf 1.4. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki 1 Numaralı Aziziye Tabyası  
Önündeki Tur Güzergâhı Tabelaları*

### 1.3.1.2. 2 Numaralı Aziziye Tabyası

1869-1873 yılları arasında Fosfor Mustafa Paşa'nın projesi ve nezaretinde yaptırılmıştır. Erzurum'un doğusunda bulunan Topdağı'nın güneyinde 1 Numaralı Aziziye Tabyası'nın 200 metre kuzeyinde bulunmaktadır. Aziziye Tabyaları'yla birlikte 1869-1873 yılları arasında, Sultan Abdülaziz döneminde Fosfor Mustafa Paşa'nın projesi üzerine yapılmıştır. 2 numaralı Aziziye Tabyası bugün hilal şeklindeki bir toprak yığını ve bu şeklin iki ucunda bulunan taş bir yapıdan meydana gelmektedir (Özcan, 2014). Bu yapının büyük bir kısmı bugün tahrip olmuş bir şekildedir. 2 Numaralı Aziziye Tabyası sağ ve sol kanattan oluşan iki yapı dâhilinde olup, sağ kanattaki bölüm daha sağlam olarak günümüze ulaşmıştır. Sağ kanattaki yapı, içerisindeki yaklaşık 9 metre uzunluğundaki bir dehliz ve ucunda yer alan bir odadan oluşmaktadır. Bu alanların, geçici barınak ya da cephanelik olarak inşa edildiği düşünülmektedir. 2 Numaralı Aziziye Tabyası, 8 Kasım 1877 gecesi Rus güçlerin ilk işgal ettiği yapı olmasıyla birlikte, 9 Kasım 1877'de ilk kurtarılan tabya olma özelliğini de taşımaktadır. 8 Kasım 1877 gecesi, Rus güçler, Topdağı önlerine kadar ilerlemiş ve önce 2 ve 3 Numaralı Aziziye Tabyaları'nı ele geçirmişlerdir (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2014).



*Fotoğraf 1.5. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki 2 Numaralı Aziziye Tabyası*

*Kaynak: milliparklar.gov.tr*



*Fotoğraf 1.6. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki 2 Numaralı Aziziye Tabyası*

### **1.3.1.3. 3 Numaralı Aziziye Tabyası**

3 numaralı Aziziye Tabyası; 2 numaralı Aziziye Tabyası'nın 200 metre kuzey tarafında, Mecidiye Tabyası'nın ise 300 metre güney tarafında bulunmaktadır. 3 numaralı Aziziye Tabyası da 1869-1873 yılları arasında Fosfor Mustafa Paşa'nın projesiyle, Pasinler ovasından başlayan Vank dersine bağlanan çukurların kapatılması amacıyla yapılmıştır (Özcan, 2014). 3 Numaralı Aziziye Tabyası, asıl tabya ve onun güneybatı ucunda bulunan ve 2 Numaralı Aziziye Tabyası ile yer altından bağlantı sağlayan bir merdiven bunun çevresindeki siper duvarlarından oluşmaktadır. Tabyanın günümüzde batı duvarlarının tamamı ile kuzeybatı ve güneybatı kısımlarının 12 metrelik bölümleri dışardan görülmektedir. Tabyanın diğer kısımları kalın bir toprak örtüsüyle kapanmıştır. Tabyanın ortasındaki avluda biri kuzey biri güney kısımda olmak üzere 2 adet de sarnıç bulunmaktadır. Tabya kapısının üst kısmında bir kitabe yeri bulunmakta olup, kitabe günümüzde mevcut değildir. Kitabenin Rus işgali sırasında tahrip edildiği ve götürüldüğü düşünülmektedir. 3 Numaralı Aziziye Tabyası 8 Kasım 1877 gecesindeki baskında ele geçirilmiş olup, daha sonra Mecidiye Tabyası'nda Erzurum halkının Osmanlı ordusuyla verdiği mücadele ardından tekrar kurtarılmıştır (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2014).



*Fotoğraf 1.7. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki 3 Numaralı Aziziye Tabyası*  
*Kaynak: milliparklar.gov.tr*



*Fotoğraf 1.8. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki 3 Numaralı Aziziye Tabyası*

#### **1.3.1.4. Mecidiye Tabyası**

Sultan Abdülmecid tarafından 1852 yılında özel olarak hazırlattırılan proje dâhilinde Erzurum Valisi Zarf Mustafa Paşa'nın nezaretinde yaptırılmıştır. Erzurum'un doğusunda yer alan 2042 rakımlı Topdağı'nın kuzey ucunda bulunmaktadır (Özcan, 2014).

Mecidiye Tabyası Topdağı üzerine yaptırılmış olan ilk yapıdır. Tabya, Erzurum'u doğudaki Yanıkdere ve kuzeydeki Gürcü Boğazı istikametlerinden gelen düşman saldırılarından korumak amacıyla yaptırılmıştır. Mecidiye Tabyası tamamen iyi tür küfeki taşından yaptırılmış ve dışardan düz toprak damla örtülmüştür. Bu Tabya Erzurum iline hâkim bir tepede yapılmış iyi bir karakol ve kışla olarak görülmüştür. Gazi Ahmet Muhtar Paşa, 9 Kasım 1877 sabahı Firdevsoğlu Kışlası'ndan Mecidiye Tabyası'na gelerek savaşı buradan yönetmiştir. Mecidiye Tabyası, Erzurum savunmasında önemli bir stratejik destek unsuru olmuştur. 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'nda Erzurum şehrinin düşmemesini sağlayan en önemli faktör olarak değerlendirilmektedir (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2014).

Yapı, savaş idaresinin yapıldığı bina ve asker barınağı olarak kullanılmış ve diğer tabyalara göre daha az tahrip olmuştur. Tabyanın ön kısmında büyük bir avlu vardır. Tabyanın orta kısmı tek katlı, yan kısımları ise iki katlıdır. Tabyada, üst kata doğru çıkan merdivenler de bulunmaktadır. Tabya içerisinde koğuş olarak değerlendirilen ayrı ayrı odalar, yemekhane şeklindeki kısımlar, hamam ve tuvalet bölümleri vardır. Mecidiye Tabyası, Erzurum şehrini yukardan gören bir tepe üzerinde şehre oldukça yakın bir konumdadır (Eymirli, 2012).



*Fotoğraf 1.9. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki Mecidiye Tabyası*

*Kaynak: milliparklar.org.tr*



*Fotoğraf 1.10. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki Mecidiye Tabyası*

*Kaynak: Aydın, 2007*

### **1.3.2. Aziziye Şehitleri Anıtı ve Nene Hatun'un Kabri**

Anıt, Aziziye Tabyaları yanında Aziziye Şehitleri'nin anısını yaşatmak ve bu büyük zaferin simgeleştirilmesi amacıyla, dönemin 3. Ordu Müfettişi Orgeneral Nurettin Baransel tarafından 1952 yılında yaptırılmıştır. Nene Hatun'un da katıldığı büyük bir resmi törenle 30 Ağustos 1952 tarihinde açılışı yapılmıştır. Anıt üzerinde Aziziye Şehitleri'nin anısına üç bronz rölyef bulunmaktadır. Bugün hala önündeki bronz plakada *'Bu gelinlik genç kızlar, ihtiyar erkekler ve nineler, kendi namusları ve Türk milletinin şan ve şerefi için saldırdılar, dövüştüler ve öldüler. Şimdi Türk milletinin kalbinde yaşıyorlar. 1877.'* şeklindeki yazıtıyla misafirlerini karşılamaktadır.





Fotoğraf 1.11. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki Aziziye Şehitleri Anıtı

Kaynak: [erzurum.bel.tr](http://erzurum.bel.tr)

Anıtın hemen arkasında 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı'nda cesur bir kahramanlık gösteren Türk kadını Nene Hatun'un kabri bulunmaktadır. Kabrin başındaki plakada "1877-78 OSMANLI-RUS HARBİ'NDE AZİZİYE TABYADA GENÇ KIZ İKEN RUS ASKERLERİYLE GÖĞÜS GÖĞÜSE ÇARPIŞARAK TÜRK KADINININ SAVAŞÇILIK RUH VE ASALETİNİ DÜNYAYA TANITAN KAHRAMAN TÜRK ANASI NENE HATUN'UN RUHUNA FATİHA. VEFATI 22 MAYIS 1955." yazısı bulunmaktadır. Nene Hatun'a 1952 yılında "3. Ordu'nun Nenesi" unvanı verilmiş, kendisi 1955 yılında ise Türkiye'de "Yılın Annesi" unvanı verilen ilk kadın olmuştur.



Fotoğraf 1.12. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki Nene Hatun Kabri

Aziziye Şehitleri Anıtı'nın sağ tarafındaki “İHTİYARLAR, KIZLAR, GENÇLER, ASKERLER” isimlerinin yazılı olduğu birer mezar taşının yer aldığı alanda ise anıtın inşası sonrası yine alandaki orijinal mezarları açılarak oraya yeniden defnedilen 70 şehidin naaşı bulunmaktadır. 1952 yılında anıtın inşası sonrası söz konusu mezarlar açılarak 70 şehit anıt yanına bir arada defnedilmişlerdir. Uzun yıllar sembolik şehitlik zannedilen bu alanın sembolik şehitlik olmadığı son yıllardaki farkındalıkla ortaya çıkmıştır.



*Fotoğraf 1.13. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı İçerisindeki Aziziye Şehitleri Anıtı Yanındaki Toplu Şehitlik*

*Kaynak: Sağsöz, 2015*

#### **1.4. Mabetleşme Süreci**

MacCannell (1976) ‘The Tourist: A New Theory of the Leisure Class’ isimli çalışmasında turistik objenin mabetleşmesini ele almıştır. Hüzün turizmi kapsamında değerlendirilen Mabetleşme süreci, MacCannell (1976)’ın ifadesiyle beş aşamadan oluşmaktadır. Bu beş aşama için ayrı ayrı değerlendirilen mekân, eğer bu süreci yaşıyorsa mabetleşmektedir. MacCannell (1976)’a göre turiste sunulan bir obje için turistik potansiyel olgusu, belirli bir süreç dâhilinde gelişmektedir. Bu süreç içerisinde söz konusu turistik obje, benzerlerinden farklılaşır ve sonunda kutsallaşarak süreci sonuçlandırır. Kutsallaşan turistik obje, ziyaretçiler için kısmen manevi bir yere dönüşür. Bu kutsallaşma süreci beş aşamadan meydana gelmektedir. Bu aşamalar Adlandırma (Naming), Sınırlandırma ve Yükseltme (Framing-Elevation), Tapınaklaştırma (Enshrinement), Mekanik Çoğaltma (Mechanical Reproduction) ve Sosyal Çoğaltma (Social Reproduction) şeklinde gerçekleşmektedir (Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu, 2007).

Turistik bir obje ile savaş alanının mabetleşmesi birbirinden farklı olarak gelişmektedir. Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu (2007)'na göre, MacCannell (1976) turistik obje olarak Mona Liza ya da Napolyon'un şapkasını seçmiştir fakat savaş alanları bu objelerden farklı niteliktedir. Seaton (1999), Waterloo savaş alanlarının Mabetleşme sürecini değerlendirdiği çalışmasında, süreçte yer alan bu aşamaların savaş alanları için birbirinden ayırt edilemeyeceğini ve sürecin bitmeden devam eden bir gelişim gösterdiğini ifade etmiştir. Askeri bir sahanın mabetleşmesi, insanların milliyetçilik hislerinden olumlu ya da olumsuz olarak etkilenmektedir (Seaton, 1999).

Bir mekân ya da turistik objenin Mabetleşme süreci, Adlandırma aşaması ile başlamaktadır. MacCannell (1976), Mabetleşme süreci aşamasındaki objenin adlandırılmasından önce, objenin özgünlüğe yönelik olarak birçok araştırmanın yapılması gerektiğini ifade etmektedir. Ancak Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu (2007)'na göre bu özellik savaş alanları için geçerli değildir. MacCannell (1976)'a göre, ilk etapta bir alan benzeri olan diğer alanlardan ayırt edilir ve farklılaşır, böylece mekânın Mabetleşme süreci başlar. Bu ilk aşamaya Adlandırma aşaması denilmektedir (Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu, 2007).

Mabetleşme sürecinde ikinci aşama Sınırlama (Çerçeveleme) ve Yükseltme olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu bu ikinci aşamada turistik öğenin çevresi bir sınırla çerçevelemekte ve bu alan içerisinde turistik öğe sergilenmektedir (MacCannell, 1976). Böylece obje sınırlandırılmış ve yükseltilmiş olmaktadır.

MacCannell (1976)'a göre objenin sınırlandırma aşamasına girmesinden sonra, üçüncü aşama olan Tapınaklaştırma aşamasına geçilmiş olur. Tapınaklaştırma aşaması, kutsal objeleri içinde bulunduran yapılar olarak değerlendirilebilir (MacCannell, 1976).

Turistik obje için Mekanik Çoğaltma baskı, fotoğraf ve çeşitli resimler aracılığıyla objenin tekrar yaratılması aşamasıdır. Bu nedenle Mekanik Çoğaltma aşamasının, turistik bir objenin ya da mekânın mabetleşmesi sürecinde, turistik hedef doğrultusunda seyahat etmek isteyen turistlerin gerçeği bulmasında çok önemli olduğu ortaya çıkmaktadır (MacCannell, 1976). Mabetleşme süreci içerisinde dördüncü sırada yer alan Mekanik Çoğaltma aşaması, turistik objenin heykel, fotoğraf, baskı, çeşitli eşyalar gibi maddi unsurlar yoluyla çoğaltılması olarak ifade edilmektedir. Turistik objeye hikâye oluşturan olayları anlatması ve yansıtması sonrasındaki dönemde de gazeteler, Mekanik Çoğaltma aşamasında önemli bir rol oynamaktadır. Sonrasında ise bu aşama romanlar, diğer edebi eserler, tiyatrolar, resimler, heykeller ve yazılı enstrümanlar ile ortaya çıkmaktadır. Bugünün en etkili Mekanik Çoğaltma örneği filmler iken mabetleştirme sürecinin örneği ise yazılı medyadır (Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu, 2007).

Mekânın ya da turistik objenin mabetleşmesi sürecinin son aşaması olan Sosyal Çoğaltma Seaton (1999)'a göre, savaş alanındaki objelerin savaş alanı dışında temsil edilmesi ve anılması olarak da açıklanmaktadır. Çok güçlü simgesel obje ve olaylar bulunduğu yerde kalmayıp sosyal çevre tarafından çoğaltılır ve insan yaşamının gündelik bir parçası haline gelir. Bu aşama alanın ya da bölgenin belli bir çekiciliği ile kendini başka alanlarda adlandırması şeklinde oluşmaktadır (MacCannell, 1976).

Mabetleşme süreci yerli ve yabancı birçok araştırmacı tarafından çalışılmıştır. Türkiye'deki savaş alanları turizmine yönelik sahalar olan milli parklar da Mabetleşme süreci içerisinde değerlendirilmesi gereken önemli kaynaklardır. Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı için Kaya (2006) ve Aliağaoğlu (2008), Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı için Alaeddinoğlu ve Aliağaoğlu (2007), Sarıkamış Tarihi Milli Parkı için Yirik ve Seyitoğlu (2014) Mabetleşme sürecini değerlendirmiştir.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nın Mabetleşme Sürecinin Değerlendirilmesi

Çalışmada Nene Hatun Tarihi Milli Parkı, MacCannell (1976)'in 'The Tourist: A New Theory of the Leisure Class' isimli çalışmasında yer alan Mabetleşme sürecinin aşamaları doğrultusunda değerlendirilmiştir. Çalışmanın yöntemi olarak Mabetleşme süreci içerisinde yer alan aşamalar kullanılmıştır. İkincil veri analizi aracılığıyla bu aşamalar Nene Hatun Tarihi Milli Parkı kapsamında ele alınmış ve bir bakış açısı getirilmesi amaçlanmıştır. Doğa Koruma ve Milli Parklar 13. Bölge Müdürlüğü (Erzurum), ATAK Arama Kurtarma ve Doğa Sporları Kulübü ve diğer kamu kurum ve kuruluşları ile görüşmeler sonrasında Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'na ait ikincil veriler ve fotoğraflar elde edilerek değerlendirmeler yapılmıştır. Buna ek olarak üç yıldır Kasım ayı içerisinde Erzurum Valiliği'ne bağlı olarak faaliyet gösteren 9 Kasım Tabyalar Platformu tarafından düzenlenen ve Erzurum Büyükşehir Belediyesi, Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA), Atatürk Üniversitesi, Erzurum Teknik Üniversitesi ve Erzurum ili ve ulusal düzeydeki çeşitli sivil toplum kuruluşlarının katılım sağladığı "Büyük Buluşma", "Aziziye Destanı- Tabyalara Yürüyoruz", "Tarihine Tanık Ol" isimli yürüyüşlerle alana yönelik ziyaretçi hareketliliği değerlendirilmiştir.



Fotoğraf 2.1. Aziziye Destanı-Tabyalara Yürüyoruz Etkinliği



*Fotoğraf 2.2. Aziziye Destanı-Tabyalara Yürüyoruz Etkinliği*

### 2.1.1. Adlandırma (Naming)

Seaton (1999), savaş alanlarının genelde zafer kazananlar tarafından adlandırıldığını belirtmiştir. Bu sahalarda genellikle şehrin bulunduğu alanların dışında, bir ada sahip olmayan kırsal yerlerdir. Seaton (1999)'a göre Adlandırma ile savaş alanının sınırları çizilmiştir ve turistler için söz konusu savaşla ilgili olarak çağrışımlar yapabilecek bir ad verilmiştir. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı ismini, 1877-1878 Osmanlı-Rus savaşı esnasında, Kafkasya ve Doğu Anadolu cephesi dâhilinde Erzurum halkının Rus güçlerine karşı verdiği çetin mücadelenin yaşandığı sembol alan olan Aziziye ve Mecidiye Tabyaları'nda destanlaşan Nene Hatun isimli Türk kadınından almaktadır.

24 Nisan 1877'de başlayan Osmanlı-Rus Savaşı'nda Erzurum ve Doğu Anadolu hattındaki şehirlere yönelik Rus saldırıları karşısında kanlı mücadeleler verilmiştir. Savaş bölge için Kafkasya ve Doğu Anadolu cephelerinde gerçekleştirilmiştir. 9 Kasım'da Erzurum halkının tabyalara doğru harekete geçerek Türk ordusu kuvvetleriyle birlikte Erzurum'un savunmasını gerçekleştirmesiyle 'Aziziye Zaferi' olarak destanlaşmış ve Türk kahramanlık tarihine yazılmıştır. Uzun dönem askeri güvenlik bölgesi içerisinde yer alan saha, Nene Hatun ve 93 Harbi Şehitlerinin büyük anısı için 18 Mayıs 2009 tarihinde "Nene Hatun Tarihi Milli Parkı" adını almıştır.

### 2.1.2. Sınırlama ve Yükseltme (Framing-Elevation)

Alaeddinoğlu ve Aliagağlu (2007), savaş alanının bulunduğu alandan soyutlanarak sınırlandırılmasını birçok açıdan problemli olarak değerlendirmişlerdir. Çünkü savaş dönemine ait olan ölmüş bedenler, maddi öğeler gibi savaş unsurları uzun zaman önce büyük ölçüde tahrip olmuş ya da kısmen yok olmuşlardır ve şu an sunulan alanlar kısmen de olsa orijinal halinden farklılaşmıştır (Alaeddinoğlu ve Aliagağlu, 2007). Sınırlama ve Yükseltme, turistik obje için gerçekleştirilebilir bir süreçken, savaş alanları için kısmen gerçekleştirilemeyen bir aşama olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü savaş alanları, olay üzerinden geçen zaman doğrultusunda birtakım tahrip olmalarla karşı karşıya kalmaktadır. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı içerisinde yer alan tabyalar, şehitlikler, top ve silah kalıntıları, siperler gibi maddi öğeler parkın sınırları adına

belirsizliklerin oluşmasını önlemiştir. Bu maddi öğelerle parkın Sınırlama ve Yükseltme aşamasının gerçekleştirildiği düşünülmektedir.

Erzurum şehrinin 2 km doğusundaki Topdağı üzerinde yer alan ve Aziziye, Mecidiye Tabyaları'nı da içine alan Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nın, 18 Mayıs 2009 tarihli, 2009/15016 sayılı Bakanlar Kurulu kararıyla milli park statüsüne kavuşmasının, Sınırlama aşamasının gerçekleştirilmesine yönelik ilk adım olduğu düşünülmektedir. 'Nene Hatun Tarihi Milli Parkı' olarak ilan edilen alanın, Sınırlama ve Çerçeveleme aşamasını bu şekilde tamamladığı ifade edilebilir. Milli park alanı içerisinde yer alan tabyalar, Nene Hatun'un mezarı ve Aziziye Şehitleri Anıtı gibi maddi unsurlar sahanın Yükseltme (Sergileme) aşamasını oluşturma yönündeki yapılarıdır.

Sahanın milli park ilan edilmesi ile Sınırlama (Çerçeveleme) ve Yükseltme aşamasının gerçekleştirildiği ifade edilebilir. Sınırlama ve Yükseltme aşaması içerisindeki bir sonraki adımın koruma ve zenginleştirme aşaması olduğu belirtilmektedir (MacCannell, 1976). Dolayısıyla milli park için de Sınırlama ve Yükseltme safhasının ardından, alanın korunması ve zenginleştirilmesine yönelik çalışmaların sürdürülmekte olduğu da değerlendirilmektedir. Alan için Kudaka (Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı) tarafından hazırlanmış olan 'Nene Hatun Tarihi Milli Parkı-Aziziye ve Mecidiye Tabyaları'nın Turizme Kazandırılması' çalışması, Erzurum'da Harp Tarihi Müzesinin Kurulmasına Yönelik Değerlendirme Raporları ve Doğa Koruma ve Milli Parklar 13. Bölge Müdürlüğü'nün yapmış olduğu çalıştaylar alanın koruma ve zenginleştirme aşamasını da yaşamakta olduğu yönünde değerlendirilebilir.

### 2.1.3. Tapınaklaştırma (Enshrinement)

MacCannell (1976)'ın örneğinde, Almanya-Gutenberg'da Gutenberg Müzesi içerisinde bulunan orijinal incilin saklandığı yapının duvarları, Tapınaklaştırma aşamasına girmiştir. Fakat savaş alanları için aynı durumun gerçekleşmesi söz konusu olmayabilir (MacCannell, 1976). Buna rağmen, Nene Hatun Tarihi Milli Parkı için savaş zamanından itibaren savaş alanı içerisinde yer alan tabyalar ve savaşın anısının yaşatıldığı anıt Tapınaklaştırma süreci örnekleri olarak değerlendirilebilir. Kutsallığı bir maddi öğe sembolünde barındıran Aziziye ve Mecidiye Tabyaları, Aziziye Şehitleri Anıtı ve Nene Hatun'un mezarı şeklindeki yapılarıdır ve bunlar Tapınaklaştırma aşamasının unsurları olarak düşünülebilir. Ulusal benlik ve kendi tarihine saygı duygusuyla hareket eden binlerce insan, her yıl -bir anlamda kutsallaştırdığı- bu alanı ziyaret etmektedir. Doğa Koruma ve Milli Parklar 13. Bölge Müdürlüğü 2014 verilerine göre, milli park saygı yürüyüşlerinin de etkisiyle yılda 70,000'e yakın ziyaretçi almaktadır.

### 2.1.4. Mekanik Çoğaltma (Mechanical Reproduction)

Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nın özellikle Aziziye Zaferi'ni anlatan yayınlar ile Mekanik Çoğaltma aşamasına geçmiş olduğu düşünülmektedir. Erzurum İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün çeşitli dillerde hazırlanmış olduğu 'Erzurum Tabyaları', isimli yayınlar, Aziziye Belediyesi'nin hazırlanmış olduğu '93 Harbi Aziziye Şahlanışı' isimli kitap serisi, yine bu zaferi anlatan çok sayıda şiir ve destansı hikâyeler, tabyalara yönelik çeşitli basılı materyaller, çeşitli kuruluşların belgesel çekimleri, son üç yıldır 'Aziziye Zaferi'nin yıldönümü olan 9 Kasım'da Erzurum Valiliği'nin liderliğinde oluşturulan 9 Kasım Tabyalar Platformu'nun organize ettiği ve çeşitli sivil toplum kuruluşlarıyla üniversiteler, yereldeki kamu kurumlarının da katıldığı 'Erzurum Tarihine Yürüyor' projesi ile düzenlenen yürüyüşün yerel ve ulusal medyada çeşitli gösterimlerle yer alması ve bu yürüyüşe dair film ve broşürler Mekanik Çoğaltma aşamasının gerçekleşmekte olduğunu düşündürmektedir. Bu saygı yürüyüşüne Erzurum ve çevre illerden yüzlerce insan, ulusal düzeyde birçok kamu kurum ve kuruluşu katılmaktadır. Yürüyüş

kapsamında sabah ezanı sonrası verilen salaların ardından özellikle Erzurum merkezde bulunan Ulu Camii önü olmak üzere çeşitli noktalarda toplanan gruplar araçlarla önce Karskapı Şehitliği'ni ziyaret etmekte, ardından 2 km mesafedeki Topdağı'na Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'na yürümektedirler. Son üç yıldır gerçekleştirilmekte olan bu yürüyüşe olan ilgi her katılımda biraz daha artmakta, binlerce insan kendileri için adeta tapınaklaşmakta olan bu tarihi mimari içerisindeki anıt ve tabyaları ziyaret etmektedir. Erzurum Valiliği'ne bağlı olan "9 Kasım Tabyalar Platformu" da hem organize ettiği yürüyüşlerle hem de kendi adıyla sahip olduğu web sitesi üzerinden paylaştığı çeşitli fotoğraflar, tanıtım filmi ve haritalar gibi dijital unsurlarla saha için Mekanik Çoğaltma aşamasına katkıda bulunmaktadır.

Seaton (1999), filmlerin modern zamanda etkili Mekanik Çoğaltma araçları olduğunu belirtmektedir. Fakat bunun yanında, mabetleştirme sürecinin en önemli araçlarının, savaş dönemine ilişkin yazılı medya olduğunu ifade etmiştir (Seaton, 1999). 1877-1878 Osmanlı-Rus Savaşı hakkında sonradan yazılmış olan ve ilgi gören hatıralar, dönemi yansıtan eski fotoğraflar da yazılı medya örnekleri olarak gösterilebilir. 93 Harbi hakkında yazılmış olan edebi ve bilimsel diğer tüm yayımlar, sahanın Mekanik Çoğaltma örnekleri arasındadır. Yine milli parka yönelik yerel ve ulusal medyada yer alan haberler ve çekimleri devam etmekte olan belgesel çalışmaları bulunmakta ve bu girişimlerin her biri bu aşamanın gerçekleşmesine katkı sağlamaktadır.

### 2.1.5. Sosyal Çoğaltma (Social Reproduction)

Savaş alanları için Sosyal Çoğaltma, savaş alanındaki turistik objelerin alan dışındaki bölgelerde temsil edilmesine ilişkin adlandırılma aşamasıdır (Seaton, 1999). Bu yüzden savaş alanına ait unsur, bölgenin dışında farklı bir yerde, insan yaşamının ya da kültürel arka planın bir parçasında yer alır. Savaş unsurunun temsil edildiği bu alan, savaş alanı yanında yakın bir yer ya da bambaşka bir coğrafik alanda da ortaya çıkabilir (Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu, 2007).

Nene Hatun Tarihi Milli Parkı da Sosyal Çoğaltma aşaması için çok fazla sayıda örneğe sahiptir. Milli parktaki sembol objeler ve isimler birçok yerde yaşatılmaya devam etmektedir. Erzurum'da Nene Hatun ismi okullar, hastaneler, çeşitli salonlar gibi birçok alanda kullanılmıştır ve yerel otoritelerin hassasiyeti doğrultusunda kullanılmaya devam etmektedir. Nene Hatun ve Aziziye gibi savaş alanının anısını barındıran bu isimler, sadece Erzurum ili ve bölgesinde kalmayıp, Türkiye'nin başka yerleşimlerinde de karşımıza çıkabilmektedir. Mersin Yenişehir'de Nene Hatun Aile Sağlığı Merkezi, Erzurum Nene Hatun Köyü, Erzurum Nene Hatun Kadın Doğum Hastanesi, Ankara'daki Nene Hatun caddesi, Erzurum Nene Hatun Anaokulu, Erzurum Nene Hatun Anadolu Kız Lisesi, Atatürk Üniversitesi'ne bağlı olan Nene Hatun Kültür Merkezi, İstanbul-Arnavutköy'de ve Kocaeli-Darica'da bulunan Nene Hatun Sokağı gibi birçok örnekte milli parkın sahip olduğu anının yaşatıldığı görülmektedir. Yine ulusal düzeyde Gazi festivali kapsamında 28 Haziran 2015 tarihinde İstanbul Veliefendi Hipodromu'nda düzenlenen Nene Hatun Koşusu, bir proje kapsamında üretilip, 24 Ekim 2014 yılında suya indirilen Nene Hatun isimli acil durum müdahale gemisi gibi örneklerin Sosyal Çoğaltma aşaması için önemli olduğu düşünülmektedir. Parkın içeriğindeki Aziziye Tabyaları'nın isminin Erzurum'a bağlı olan Aziziye ilçesinde yaşatılması, Londra'da Aziziye Camii ve yakınında Aziziye Turkish Restaurant ismine sahip saygın bir restoranın bulunması gibi örnekler Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nın Sosyal Çoğaltma aşamasını yaşadığı yönünde güçlü emareler olarak karşımıza çıkmaktadır.

### 3. TARTIŞMA ve SONUÇ

Günümüzde oldukça farklılaşan turizm tercihleri ve eğilimleri beraberinde yeni turizm türlerinin geliştirilmesi zorunluluğunu da getirmiş ve alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Turizm hareketliliği farklı ve özel olan yeni destinasyonlara doğru bir yönelim içerisinde. Savaş alanlarına yönelik hüzün turizmi hareketliliği de bu kapsamda değerlendirilmektedir. Türkiye’deki savaş alanları turizmi potansiyeline sahip alanlardan birisi olan Nene Hatun Tarihi Milli Parkı’nın da son yıllarda yıllık ziyaretçi sayısını artırmaya ve hüzün turizmi kapsamında MacCannell (1976)’in Mabetleşme sürecini yaşamaya başlayan bir destinasyon haline geldiği düşünülmektedir. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı dünyadaki ve Türkiye’deki benzerleri gibi savaş alanları turizmi yönünden potansiyeli olan ve artık bunu değerlendirme yolunda olan bir tarihi milli park olarak gelişmektedir. Alan, MacCannell (1976)’in ifade ettiği Mabetleşme sürecindeki Adlandırma, Sınırlama (Çerçeveleme) ve Yükseltme, Tapınaklaştırma, Mekanik Çoğaltma ve Sosyal Çoğaltma aşamalarıyla ayrı ayrı değerlendirildiğinde, bu sahaya yönelik bir Mabetleşme süreci yaşandığı çıkarımı yapılabilmektedir. Çünkü park, söz konusu aşamaları fiziksel ve mistik anlamda yaşadığı yönünde bazı unsurlar barındırmaktadır. Bu kapsamda Nene Hatun Tarihi Milli Parkı’nın mabetleşme potansiyeline sahip bir mekân olarak hüzün turizmi destinasyonu olma yolunda gelişme ve dönüşümlere açık olduğu ifade edilebilir. Bu potansiyelin de ulusal düzeydeki birçok kamu kurum ve kuruluşu, sivil toplum örgütü ve minnet güdüsüyle seyahat eden topluluğun farkında olduğu bir olgu olarak karşımıza çıktığı görülmektedir.

Alanın Adlandırma aşamasının milli park ilanıyla gerçekleştiği, Sınırlama ve Yükseltme aşamalarının ise mevcut olan tabya ve anıtlarla gerçekleştirilmiş olduğu ve bu aşamanın koruma ve zenginleştirme aşamasına dönüştüğü görülmektedir. Kudaka (Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı) ve Doğa Koruma ve Milli Parklar 13. Bölge Müdürlüğü’nün bu alana yönelik planları ve çalıştay raporları, milli park geneline yayılan restorasyon ve düzenlemelerle koruma ve zenginleştirme aşamalarının devam edeceğini göstermektedir. Alanda, savaş alanları için gerçekleştirilemeyecek bir süreç olması dolayısıyla Tapınaklaştırma aşamasının tam olarak yaşanmadığı ifade edilebilir. Ancak savaş alanlarının objesi konumundaki anılara ev sahipliği yapan tabyaların tapınaklaşabilme potansiyeli olan yapılar olduğunu ve bu süreci yaşayabileceğini de belirtmek gerekir. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı için Mekanik Çoğaltma aşamasının alana yönelik çeşitli basım-yayın unsurları dolayısıyla gerçekleştiği görülmektedir. Milli parka yönelik olarak Erzurum Valiliği 9 Kasım Tabyalar Platformu’nun, Erzurum İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün, Doğa Koruma ve Milli Parklar 13. Bölge Müdürlüğü’nün, Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA)’nın çeşitli görsel materyalleri bulunmaktadır. Bunların yanında Aziziye Belediyesi’nin alana yönelik doküman ve kitapları, Aziziye Zaferi’ni anlatan çeşitli yazılı ve görsel medya öğeleri Mekanik Çoğaltma aşamasının gerçekleştiğini ve devam ettiğini göstermektedir. Milli park alanının Sosyal Çoğaltma aşamasının ise özellikle “Nene Hatun” adının yerel ve ulusal düzeyde birçok alan ve kavramda kullanılması dolayısıyla gerçekleştiği düşünülmektedir. “Nene Hatun” ve Nene Hatun Tarihi Milli Parkı isimlerinin sosyal hayatın içerisindeki etkinlik, olay ve olgulara yansarak onları isimlendirmesiyle, bu aşama daha fazla gerçekleşebilir olacaktır. Tabyaların tahrip olan kısımlarına yönelik çalışmalar ve yeni yapılandırmaların kazandırılacağı çalışmalar Aziziye 1 Tabyası, Aziziye 2 Tabyası, Aziziye 3 Tabyası, Mecidiye Tabyası ve genel alan olmak üzere ayrı ayrı planlanmaktadır. Doğa Koruma ve Milli Parklar 13. Bölge Müdürlüğü’nün Nene Hatun Tarihi Milli Parkı Aziziye Tabyaları Fonksiyon Belirleme Çalıştay raporlarında tabya binalarının genel ışıklandırılması, peyzaj düzenlemesi, sergi alanı oluşturulmasına yönelik çevre düzenlemeleriyle başlayan ve tabyaların çeşitli fonksiyonlarla donatılarak bölgenin Kuzeydoğu Anadolu Bölgesi’nin tarihini yansıtan bir tarih, kültür ve sanat merkezi haline geleceği yapılandırmalar öngörülmektedir. Bu çalışmalar arasında tabyaların Harp Tarihi Müzesi, Komuta Merkezi Müzesi yapılması, yapıların anma günlerinde ve diğer ziyaretler sırasında üzerine çeşitli ışık ve lazer gösterilerinin yansıtılması, alanda var olan siperlerin ve diğer



yapıların düzenlenmesi ve buralarda ziyaretçilere o anı yaşama hissi verecek şekilde bazı teatral etkinliklerin yapılması öngörülmektedir. Bu çalışmalar çocuklar, engelli ziyaretçiler ve yabancı ziyaretçiler için çoklu dil seçenekleriyle birlikte çeşitli ziyaretçi grupları için ayrı ayrı planlanmaktadır. Bunlara ek olarak Kudaka'ya (Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı) bağlı olan Erzurum Tarih ve Kültür Mirasını Geliştirme Komitesi tarafından hazırlanmış olan 'Nene Hatun Tarihi Milli Parkı Aziziye ve Mecidiye Tabyaları'nın Turizme Kazandırılması' çalışmasında da Mecidiye Tabyası'nın şehre hâkim noktadaki konumu dolayısıyla tarihi otel olarak kullanılması, genel alan içerisinde yerel el sanatları ve yöresel yiyeceklerin sunulduğu bazı satış noktaları, 'build mapping', 'agumented reality' teknolojileri gibi yapılandırmalar önerilmektedir. Tüm bu faaliyet planlarının sahanın Sınırlama ve Yükseltme aşamasına yönelik çalışmalar olacağı düşünülmektedir.

Alanın Mekanik Çoğaltma aşamasının basılı ve görsel materyal düzeyinden öte, Sarıkamış örneğinde olduğu gibi sinema endüstrisinin dikkatini bu noktaya çekerek çeşitli filmler, belgeseller ve gösterimlerle desteklenmesi gerektiği ifade edilebilir. Bu konuda başta ulusal düzeyde Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın teşvikleri ve yerelde Erzurum Valiliği'ne bağlı olan '9 Kasım Tabyalar Platformu' ile milli parkın ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtımını sağlayacak çalışmaların yapılması önerilebilir. 9 Kasım Tabyalar Platformu'nun kendi ismiyle sahip olduğu web sitesi içerisinde, sahanın çeşitli görselleri, tanıtım filmleri yer almaktadır ancak bu noktada çarpıcı gösterimlerle sosyal medyanın daha etkin kullanımı sağlanabilir. Milli park içerisinde ve çevresinde yapılmakta olan peyzaj düzenleme ve zenginleştirme çalışmaları hızlı bir şekilde devam ettirilmelidir. Park içerisinde önemli bir görsel kaynak potansiyeli taşıyan tabyalara ek olarak daha fazla görsel desteğiyle manevi duygulara seslenen çalışmalar yapılmalıdır. Üç yıldır düzenlenmekte olan saygı yürüyüşü daha fazla kurum ve kuruluşun katılımı sağlanarak ulusal düzeyde katılımın gerçekleştiği ve ulusal kenetlenmenin sağlandığı bir yürüyüş niteliğine kavuşturulmalıdır. Bu yürüyüşün, alana yönelik ilginin en fazla hissedildiği olgu olarak karşımıza çıkması dolayısıyla her yıl, planlı bir şekilde kararlılıkla sürdürülmesi önerilebilir. Bu noktada Erzurum Valiliği, çeşitli kamu kurum ve kuruluşları, ATAK Arama Kurtarma ve Doğa Sporları Kulübü ve diğer sivil toplum kuruluşlarının yürüyüşe ve bölgeye olan ilgisinin her yıl artarak devam etmesi, milli parkın önemli bir destinasyon olarak gelişeceği imajı oluşturmaktadır. Her yıl Kasım ayında Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'na yapılan bu yürüyüşün tek bir isim altında yapılması, sosyal medyada da bu isimle etiketlenmesi yürüyüşün daha büyük kitlelere ulaşması için elzemdir. Bu amaçla her yıl yapılan Nene Hatun Tarihi Milli Parkı-Aziziye ve Mecidiye Tabyaları yürüyüşü tek bir isimle adlandırılmalıdır. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'na yönelik ulusal düzeydeki ilginin, tabyalarda çarpışan milletlerin buraya davet edilmesiyle uluslararası bir boyut kazanıp, ortak bir anma törenine dönüşmesi –Gelibolu örneğinde olduğu gibi- de önemli görülmekte ve önerilmektedir. Üç yıldır her Kasım ayında yapılmakta olan bu yürüyüşlerin tanıtımının daha fazla yapılması gerekmektedir. Bölgeye yönelik turlarda Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nın da güzergâha dâhil edilerek, daha fazla ziyaretçi sayısına ulaşılması gerekmektedir. Erzurum halkı milli parka yönelik farkındalığının henüz istenen seviyede olmadığı da göz önünde bulundurulduğunda, Erzurum halkına yönelik de günlük turlar düzenlenmeli ve insanların kendi şehirlerindeki bu değeri tanımları sağlanmalıdır. Erzurum ili ölçeğindeki ilk ve orta dereceli okulların yanı sıra Atatürk Üniversitesi ve Erzurum Teknik Üniversitesi öğrencilerinin de bu kapsamda Nene Hatun Tarihi Milli Parkı'nı tanımları amacıyla çeşitli turlar düzenlenmelidir. Milli park içerisindeki Aziziye Şehitleri Anıtı yanında bulunan ve son yıllardaki belge taramalarıyla sembolik şehitlik olmadığı anlaşılan gerçek şehitliklere yönelik farkındalık artırılmalı ve bu alanlara bilgilendirme tabelaları ve görselleri konulmalıdır. Yine son yıllarda oluşturulmuş olan sembolik şehitlikler de alanın manevi atmosferini yansıtmada hususunda oldukça önemli bir rol üstlenmiştir. Alandaki bu sembolik şehitlikler, yine son yıllarda yapılmış olan manzara seyir terasları ve tur güzergâhları da alana çekilecek ziyaretçi sayısının artırılması noktasında oldukça önemli olmaktadır. Bu oluşumlar kullanılarak alana yönelik turlar profesyonel sporcular ve amatör gruplar için ayrı ayrı

planlanarak uygulamaya geçirilmelidir. Bu doğrultuda her yıl belirli tarih aralığında milli park içerisindeki tur parkurları kullanılarak “Ecdada Saygı Rotaları” gibi spor organizasyonları düzenlenerek bölge bir trekking destinasyonu haline getirilmelidir. Nene Hatun’u, Aziziye şehitlerini anlatan çeşitli yayınların sayısı artırılmalı ve Türkiye’nin dört bir yanındaki diğer kahramanlar örneklerinde olduğu gibi ilk ve orta öğretim müfredatları dâhilinde gelecek nesillere aktarılmalıdır. Erzurum halkının derin bir saygı ile yâd ettiği Nene Hatun adına her yıl çeşitli etkinlikler düzenlenmeli, Nene Hatun ve Aziziye Şehitleri dünyaya anlatılmalı ve tanıtılmalıdır. Nene Hatun Milli Parkı’na yönelik 9 Kasım’da yapılan etkinlik, sadece bir günlük yürüyüş kapsamında kalmamalı, bir haftaya kadar uzatılabilen spor ve anma etkinliğine dönüştürülmelidir. Buna ek olarak Nene Hatun ve Aziziye Zaferi, birçok akademisyenin katılımıyla uluslararası bilimsel bir kongre gerçekleştirilerek tartışılmalıdır. Son dört yıldır Aziziye Tabyaları’nda Erzurum Valiliği öncülüğünde şehit ailelerine verilen iftar yemeği genişletilerek devam ettirilmeli ve medyada bu etkinliğe daha fazla yer verilmelidir.

Araştırmada Nene Hatun Tarihi Milli Parkı’nın sadece Mabetleşme süreci kapsamında hüzün turizmi boyutuyla ve ikincil veriler aracılığıyla değerlendirilmesi sınırlılıklar olarak değerlendirilebilir. Gelecekteki çalışmaların, alanın mabetleşmesini, gelişmesini ve turistik potansiyelini farklı boyutlar üzerinden tartışması önerilebilir. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı’nın hüzün turizmi potansiyelinin, farklı bakış açıları ve yaklaşımlar ile daha fazla değerlendirilerek, ulusal düzeyde sürekli gündemde tutulması gerektiği düşünülmektedir. Bu doğrultuda, Nene Hatun Tarihi Milli Parkı’nın ulusal düzeyde değerli bir hüzün turizmi destinasyonu haline gelmekte ve mabetleşmekte olan bir alan olarak değerlendirilmesi gelecekteki çalışmalar için önemli bir öneri olacaktır.

## 5. KAYNAKLAR

- Alaeddinoğlu, F ve Aliğaoğlu, A. (2007). Savaş Alanları Turizmine Tipik Bir Örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 215-225.
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif Turizm*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Aliğaoğlu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye’den Örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2), 55-70.
- Aliğaoğlu, A. (2008). Savaş Alanları Turizmi İçin Tipik Bir Yer: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı, *Milli Folklor*, 78, 88-104.
- Anonim, (2008). *Toprağın Altındaki Tarih (Erzurum Tabyaları)*. Erzurum Nevzat Karabağ Anadolu Öğretmen Lisesi TÜBİTAK Tarih Projesi. Erzurum: Erzurum İl Özel İdaresi Yayınları-1, Tarih/ Proje Kitapları- 1.
- Anonim, (2015). *Nene Hatun Tarihi Milli Parkı Aziziye Tabyaları Fonksiyon Belirleme Çalıştayı-2*, Doğa Koruma ve Milli Parklar 13. Bölge Müdürlüğü, Erzurum.
- Aşıroğlu A.,T. (1996). *Erzurum Tabyaları*. Erzurum: Erzurum Tarihini Araştırma ve Tanıtma Derneği Yayınları.
- Atay, L. ve Yeşildağ, B. (2011). *Savaş Alanları ve Turizmi*, Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Başarın, J. & Hall, J., (2008), *The Business of Battlefield Tourism*, Deakin Business Review, Vol. 1, No. 2, pp. 45-55.
- Blom, Thomas. (2000). Morbid Tourism – A Postmodern Market Niche with an Example from Althorp. *Norsk Geografisk Tidsskrift* 54-1, 29-36.
- Doğaner, S. (2006). Savaş ve Turizm: Troya ve Gelibolu Savaş Alanları. *Türk Coğrafya Dergisi*, sayı: 46, ss. 1-21.

- Eymirli, E. B. (2012). *Nene Hatun Tarihi Milli Parkı Aziziye ve Mecidiye Tabyalarının Turizme Kazandırılması*, [http://www.kudaka.org.tr/ekler/69d35nenehatun\_milli\_parki\_aziziye\_ve\_mecidiye\_tabyalarinin\_turizme\_kazan\_dirilmesi.pdf], Erişim Tarihi: 15.02.2016.
- Foley, M. ve Lennon, J. J. (1996). JFK and Dark tourism: A Fascination with Assassination. *International Journal of Heritage Studies*, 2(4), 198-211.
- Hall, J.& Başarın, J. (2009), *The Importance of Satisfaction, Word of Mouth and Recommending Behavior in Battlefield Commemorative Event Tourism: Gallipoli A Case Study*, in *ATMC 2009: 3rd Advances in Tourism Marketing Conference proceedings*, Bournemouth University, Bournemouth, England.
- Kaya, O. (2006). *Ölüm Turizmi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Parkı'nı Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret Motivasyonlarını Anlamaya Yönelik Bir Araştırma ve Sonuçları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Kendle, A. (2008). *Dark Tourism: A Fine Line Between Curiosity and Exploitation*. [http://www.vagabondish.com/dark-tourism-travel-tours/], Erişim Tarihi 10.02.2016.
- Kılıç, B., ve Akyurt, H. (2011). Destinasyon İmajı Oluşturmada Hüzün Turizmi: Afyonkarahisar ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı, *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 209-232.
- Kozak, M.A., ve Bahçe, S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kurnaz, H. A. Çeken, H. ve Kılıç, B. (2013). Hüzün Turizmi Katılımcılarının Seyahat Motivasyonlarının Belirlenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5/2, 57-73.
- Lennon, J., & Foley, M. (2000). *Dark Tourism The Attraction of Death and Disaster*, Continuum, London.
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist A New Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books.
- Özcan, H. (2014). *93 Harbi Aziziye Şahlanışı*, Aziziye Belediyesi Kültür Serisi.
- Seaton, A.V. (1996). Guided By the Dark: From Thanatopsis to Thanatourism. *International Journal of Heritage Studies*, 2(2), 234-244.
- Seaton, A.V. (1999). War and Thanatourism: Waterloo 1815-1914, *Annals of Tourism Research*, 26(1), 130-158.
- Slayton, L. Sharon. (03.07.2006). *Ground Zero - Tragedy, Terror, and Grief Tourism*. [http://www.grief-tourism.com/ground-zero-tragedy-terror-and-grief-tourism/], Erişim Tarihi: 05.06.2017.
- Smith, V. L. (1998). War and Tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*.
- Stone, P. R. (2005). *Dark tourism- An old concept in a new World*, [http://works.bepress.com/philip\_stone/26/], Erişim Tarihi 04.02.2016.
- Varol, F. (2015). Hüzün turizminin Türkiye'de var olan potansiyeli üzerine kuramsal bir araştırma. *I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators. 28-30 Mayıs, Konya, Vol.3*, 147-160.
- Weir, D. (2003). *The Creation of a 'Seductive Journey to France' For American Tourists After World War II*, Liverpool Hope University.
- Yirik, Ş. ve Seyitoğlu, F. (2014). Hüzün Turizmi ve Mabetleşme Süreci Kapsamında 'Sarıkamış'. *15. Ulusal Turizm Kongresi*, Ankara.

Zaman, S. ve Coşkun, O. (2012). Milli Parklarda Kaynak Değer Kullanımı İçin Bir Öneri: Nene Hatun Tarihi Milli Parkı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (3), 117-134.

#### İnternet Kaynakları

Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü. *Nene Hatun Tarihi Milli Parkı*, [http://www.milliparklar.gov.tr/mp/nenehatun/index.htm/], Erişim Tarihi: 02.02.2016.

Orman ve Su İşleri Bakanlığı. Nene Hatun Tarihi Milli Parkı, [http://bolge13.ormansu.gov.tr/13Bolge/AnaSayfa.aspx?sflang=tr/], Erişim Tarihi: 19.02.2016.



ERZURUM ÜNİVERSİTESİ

Anadolu da Bir Dünya Üniversitesi



[www.erkzncan.edu.tr](http://www.erkzncan.edu.tr)

kapak tasarımı: özüraydınbekar