



KASTAMONU UNIVERSITY Tourism Faculty



1 INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM CONGRESS

November 23-25, 2017 | KASTAMONU



PROCEEDINGS BOOK

1ST INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM CONGRESS

NOVEMBER 23-25, 2017
KASTAMONU / TURKEY

PROCEEDINGS BOOK

Faculty of Tourism
Kastamonu University

2017

1ST INTERNATIONAL SUSTAINABLE TOURISM CONGRESS

Typesetting

Assoc. Prof. Kutay OKTAY
Res. Assist. Emrah YAŞARSOY
Alperen Fethi KAYNAŞ
Hamitcan SÖNMEZ

Cover Design

Ramazan YAŞAR

ISBN: 978-605-4697-14-4

Date of Issue: December 29th, 2017

Congress Web Page: <http://www.stc17.com/?lang=en>

Facebook : <https://www.facebook.com/SustainableTourismCongress/>

Contact

Kastamonu University, Tourism Faculty
Kuzeykent Campus 37100, Kastamonu / TURKEY

E-mail : turizm@kastamonu.edu.tr

Web : <http://turizm.kastamonu.edu.tr/index.php>

Phone Number: +90 (366) 280 37 00 – 37 38

Note: Any scientific and financial responsibility in this book are under the responsibility of authors.

Executive Committee

Congress Honorary Board

Prof. Dr. Seyit Aydın – Rector of Kastamonu University

Congress Executive Committee

Prof. Dr. Saim Ateş – President of the Executive Committee of the Congress
Kastamonu University

Assoc. Prof. Kutay Oktay – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. İrfan Mısırlı – Kastamonu University

Assist. Prof. Canan Tanrısever Yiğit – Kastamonu University

Assist. Prof. Muharrem Avcı – Kastamonu University

Assist. Prof. Aydoğan Aydoğdu – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. Çetin Akkuş – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. Gülizar Akkuş – Kastamonu University

Res. Assist. Hüseyin Pamukçu – Kastamonu University

Res. Assist. Emrah Yaşarsoy – Kastamonu University

Res. Assist. Dilara Eylül Koç – Kastamonu University

Lec. Hanife Erdoğan – Kastamonu University

Scientific Committee

Prof. Dr. Abdullah Karaman – Selçuk University

Prof. Dr. Ercan Sırakaya Türk – University of South Carolina

Prof. Dr. Levent Altınay – Oxford Brookes University

Prof. Dr. Zeynep Aslan – Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Köbögön Atışev – Kirghizistan Economy University

Prof. Dr. Cevdet Avcıkurt – Balıkesir University

Prof. Dr. Tevhit Ayengin – Çanakkale 18 Mart University

Prof. Dr. Orhan Batman – Sakarya University

Prof. Dr. Kemal Birdir – Mersin University

Prof. Dr. Düriye Bozok – Balıkesir University

Prof. Dr. Ahmet Vecdi Can – Sakarya University

Prof. Dr. Bermet Curupova – Kirghizistan Economy University

Prof. Dr. Kahraman Çatı – Düzce University

Prof. Dr. Şenol Çavuş – Adnan Menderes University

Prof. Dr. Cihan Çobanoğlu – University Of South Florida

Prof. Dr. Arslanbek Çormonov – Kyrgyzstan Tourism Academy

Prof. Dr. Canıl Çuburova – Kirghizistan Economy University

Prof. Dr. Cengiz Demir – İzmir Katip Çelebi University

Prof. Dr. Füsun İstanbullu Dinçer – İstanbul University

Prof. Dr. Mithat Zeki Dinçer – İstanbul University

Prof. Dr. Necdet Hacıoğlu – Balıkesir University

Prof. Dr. Muhsin Halis – Kocaeli University

Prof. Dr. Azize Tunç Hassan – Gazi University

Prof. Dr. Hatem El-Gohary – Birmingham City University

Prof. Dr. Sabreen J. Abd El Jalil – Minia University

Prof. Dr. Nüzhet Kahraman – İstanbul Ticaret University

Prof. Dr. Kurtuluş Karamustafa – Erciyes University

Prof. Dr. İzzet Kılınç – Düzce University

Prof. Dr. İsmail Kızılırmak – İstanbul University

Prof. Dr. Nilüfer Koçak – Dokuz Eylül University

Prof. Dr. Salih Kuşlivan – İstanbul Medeniyet University

Prof. Dr. Derman Küçükaltan – İstanbul Arel University

Prof. Dr. Galimkair Mutanof – Alfarabi Kazakhstan National University

Prof. Dr. Şuayip Özdemir – Afyon Kocatepe University

Prof. Dr. Yüksel Öztürk – Gazi University

Prof. Dr. Cusup Pirimbaev – Kirghizistan – Turkey Manas University

Prof. Dr. Tamara Ratz – Kodolányi János University

Prof. Dr. Asım Saldamlı – İstanbul Nişantaşı University

Prof. Dr. Yaşar Sarı – Eskişehir Osmangazi University

Prof. Dr. Mehmet Sarıışık – Sakarya University

Prof. Dr. Svetlana Sırbard – Bişkek Finance and Economy University

Prof. Dr. Mustafa Tepeci – Celal Bayar University

Prof. Dr. Muharrem Tuna – Gazi University

Prof. Dr. Ahmet Tayfun – Gazi University

Prof. Dr. Adnan Türksoy – Ege University

Prof. Dr. Ş. Ualihanova – Kazakhstan Kökçeta Pedagogy University

Prof. Dr. Öcal Usta – Dokuz Eylül University

Prof. Dr. Mehmet Selami Yıldız – Düzce University

Prof. Dr. Beykan Çizel – Akdeniz University

Prof. Dr. Atilla Akbaba – İzmir Katip Çelebi University

Prof. Dr. Ali Orhan Akova – İstanbul University

Prof. Dr. Ahmet Büyükalvarcı – Necmettin Erbakan University

Assoc. Prof. Dr. Elena Abenova – Kazakhstan Economy University

Assoc. Prof. Dr. Hüseyin Altay – Mustafa Kemal University

Assoc. Prof. Dr. Sarsena Amanolova – Doğu Kazakistan Milli University

Assoc. Prof. Dr. Lütfi Atay – Çanakkale 18 Mart University

Assoc. Prof. Dr. Burhan Aydemir – Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Yusuf Aymankey – Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Ahmet Baytok – Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. Bahadır Bilalov – Azerbaijan Tourism Institute

Assoc. Prof. Dr. Gülcamal Caparova – Kazakhstan Turan Astana University

Assoc. Prof. Dr. Mariyaş Cubanova – Kazakhstan International Relations University

Assoc. Prof. Dr. Gürel Çetin – İstanbul University

Assoc. Prof. Dr. Temirbek Çoduraev – Kirghizistan Arabaev University

Assoc. Prof. Dr. Osman Eralp Çolakoğlu – Adnan Menderes University

Assoc. Prof. Dr. Murat Doğdubay – Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. V. Rüya Ehtiyar – Akdeniz University

Assoc. Prof. Dr. Oktay Emir – Anadolu University

Assoc. Prof. Dr. Barış Erdem – Kirghizistan – Turkey Manas University

Assoc. Prof. Dr. İbrahim Giritlioğlu – Gaziantep University

Assoc. Prof. Dr. Bilgehan Gülcan – Gazi University

Assoc. Prof. Dr. şakir Görmüş – Sakarya University

Assoc. Prof. Dr. M. Oğuzhan İlban – Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Tatyana İmangulova – Kazakhstan Tourism and Sport University

Assoc. Prof. Dr. Burhan Kılıç – Muğla Sıtkı Koçman University

Assoc. Prof. Dr. Özlem Köroğlu – Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Ahmet Köroğlu – Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Sabır Macitov – Kazakhstan Kökçeta Pedagogy University

Assoc. Prof. Dr. Binali Mamoev – Kazakhstan Foreign Languages and Carrier University

Assoc. Prof. Dr. Önder Met – Balıkesir University

Assoc. Prof. Dr. Ardok Muhammediyeva – East Kazakhstan National Doğu University

Assoc. Prof. Dr. Kutay Oktay – Kastamonu University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Akif Öncü – Düzce University

Assoc. Prof. Dr. Selami Özcan – Yalova University

Assoc. Prof. Dr. Zafer Öter – İzmir Katip Çelebi University

Assoc. Prof. Dr. Emrah Özkul – Kocaeli University

Assoc. Prof. Dr. Zülfiğarlı Muharrem Paşa – Azerbaijan Tourism Institute

Assoc. Prof. Dr. Elbeyi Pelit – Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. Mustafa Sandıkcı – Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. Hasan Hüseyin Soybalı – Afyon Kocatepe University

Assoc. Prof. Dr. Rahman Temizkan – Osmangazi University

Assoc. Prof. Dr. Murat Çuhadar – Suleyman Demirel University

Assoc. Prof. Dr. Cafer Topaloğlu – Muğla Sıtkı Koçman University

Assoc. Prof. Dr. Oğuz Türkay – Sakarya University

Assoc. Prof. Dr. Şafak Ünüvar – Selçuk University

Assoc. Prof. Dr. Ali Yaylı – Gazi University

Assoc. Prof. Dr. İrfan Yazıcıoğlu – Gazi University

Assoc. Prof. Dr. Burhanettin Zengin – Sakarya University

Assoc. Prof. Dr. Gül Güneş – Selçuk University

Assoc. Prof. Dr. Özlem Güzel – Akdeniz University

Assoc. Prof. Dr. Gökçe Yüksek – Anadolu University

Assoc. Prof. Dr. Çağıl Hale Özel – Anadolu University

Assoc. Prof. Dr. Erdal Arlı – Kocaeli University

Assoc. Prof. Dr. Şevki Ulama – Sakarya University

Assoc. Prof. Dr. Medet Yolal – Anadolu University

Assoc. Prof. Dr. Perihan Paksoy Çavuşoğlu – Beykent University

Assoc. Prof. Dr. Sebahattin Karaman – Balıkesir University

Assist. Prof. Dr. Uğur Akdu – Gümüşhane University

Assist. Prof. Dr. Aysu Altaş – Aksaray University

Assist. Prof. Dr. Ali Avan – Afyon Kocatepe University

Assist. Prof. Dr. Muharrem Avcı – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. Aydoğan Aydoğdu – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. Gül Erkol Bayram – Sinop University

Assist. Prof. Dr. Yasin Bilim – Necmettin Erbakan University

Assist. Prof. Dr. İsmail Çalık – Gümüşhane University

Assist. Prof. Dr. Sabri Çelik – Afyon Kocatepe University

Assist. Prof. Dr. Şehnaz Demirkol – İstanbul University

Assist. Prof. Dr. Müge Hendek Ertop – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. Ali Fidan – Karadeniz Technical University

Assist. Prof. Dr. İbrahim Hakkı Kaynak – Necmettin Erbakan University

Assist. Prof. Dr. Gonca Kılıç – Afyon Kocatepe University

Assist. Prof. Dr. Ömer Lütfü Met – Balıkesir University

Assist. Prof. Dr. İrfan Mısırlı – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. Özgür Özer – Necmettin Erbakan University

Assist. Prof. Dr. Asuman Pekyaman – Afyon Kocatepe University

Assist. Prof. Dr. Davood El Jahwari – University Of South Carolina

Assist. Prof. Dr. Ümit Sormaz – Necmettin Erbakan University

Assist. Prof. Dr. Özlem Altunöz Sürücü – Sinop University

Assist. Prof. Dr. Canan Tanrısever Yiğit – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. Ömer Akgün Tekin – Süleyman Demirel University

Assist. Prof. Dr. Bakyt Turdumambetov – Kirghizistan – Turkey Manas University

Assist. Prof. Dr. Erkan Akgöz – Kirghizistan – Turkey Manas University

Assist. Prof. Dr. Bilal Yalçın – Gümüşhane University

Assist. Prof. Dr. Özcan Zorlu – Afyon Kocatepe University

Assist. Prof. Dr. Gülizar Akkuş – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. Çetin Akkuş – Kastamonu University

Assist. Prof. Dr. Cenk Murat Koçoğlu – Karabük University

Assist. Prof. Dr. Mehmet Akbıyık – Harran University

Assist. Prof. Dr. İsmail Gümüş – Sakarya University

Assist. Prof. Dr. İnci Oya Coşkun – Anadolu University

Assist. Prof. Dr. Emre Ozan Aksöz – Anadolu University

Assist. Prof. Dr. Pembe Gül Çakır – Anadolu University

Assist. Prof. Dr. Nurettin Ayaz – Karabük University

Assist. Prof. Dr. Lütfi Mustafa Şen – Sakarya University

Assist. Prof. Dr. Muammer Bezirgan – Balıkesir University

Assist. Prof. Dr. Reyhan Arslan Ayazlar – Muğla University

Assist. Prof. Dr. Hilmi Rafet Yüncü – Anadolu University

Assist. Prof. Dr. Aybuke Ceyhun Sezgin – Gazi University

Assist. Prof. Dr. Ali Turan Bayram – Sinop University

Dr. Mohamed Battour – Malaya University

Dr. Hamira Zamani-Farahani – Astiaj Tourism Research and Colsultancy Center

Secretariat

Res. Assist. Emrah YAŞARSOY – Kastamonu University

Lec. Hanife ERDOĞAN – Kastamonu University

TABLE OF CONTENTS

Destinasyon Paydaşlarının Çevre Yönetimine İlişkin Algıları	9
Yrd. Doç. Dr. Gülizar AKKUŞ, Yrd. Doç. Dr. Çetin AKKUŞ	
Yöresel Yemeklerin Bölge Restoranlarında Kullanılma Durumu: Mengen Örneği	18
Öğr. Gör. Özkan ERDEM, Metin MIZRAK, Öğr. Gör. Ali Kemal KEMER	
Turizm Endüstrisinde Yenilenebilir Enerji Kullanımı: Türkiye’de Turizm Sektöründe Yenilenebilir Enerji Konusuna Genel Bir Bakış	34
Yrd. Doç. Dr. Mehmet Emin BAYNAZOĞLU, Doç. Dr. Perihan PAKSOY ÇAVUŞOĞLU	
Sürdürülebilirlik Açısından Yusufeli’de Yayla Turizmi Faaliyetleri.....	42
Prof. Dr. Ünsal BEKDEMİR, Fatih UZUN	
Beydağları Sahil Milli Parkı’nın Koruma Kullanma Bakımından Durumu ve Sürdürülebilir Gelişimi Üzerine Bir Değerlendirme	51
Arş. Gör. Serdar CEYLAN, Prof. Dr. Mehmet SOMUNCU	
Avrupa Birliği’nde Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Uygulamaları ve Türkiye.....	64
Doç. Dr. Sibel MEHTER AYKIN	
Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Sürdürülebilir Turizme Bakış Açılımları.....	81
Yrd. Doç. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU, Arş. Gör. Ayşegül ACAR	
Turizmin Sürdürülebilirliği Açısından Kış Turizmi.....	90
Yrd. Doç. Dr. Fatih ÇAKMAK, Prof. Dr. Ömer YILMAZ	
Festivallerin Bölge Turizmine Katkıları ve Sürdürülebilirliği: Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali Örneği	100
Öğr. Gör. Özkan ERDEM, Metin MIZRAK	
Yavaş Şehirde Bulunan Turistik İşletmelerinin Estetik Değerlerini Belirlemek Üzerine Bir Araştırma: Gökçeada Örneği	118
Feriyal FARHADI ANDARABI, Prof. Dr. Azize TUNÇ HASSAN	
The Village-Based Determination of Ecotourism Potentials of The Küre Mountains National Park.....	132
Assoc. Prof. Dr., Sevgi GÖRMÜŞ, Prof. Dr. Erdoğan ATMİŞ, Asst. Prof. Dr. H. Batuhan GÜNŞEN, Asst. Prof. Dr. Mustafa ARTAR, Asst. Prof. Dr. N. Kaan ÖZKAZANÇ, Research Asst. Serhat CENGİZ	
Relation of Trust With Company Performance In Supply Chain: A Research About Yacht Enterprises in Bodrum – Turkey	145
Assoc. Prof. Dr. Erdal ARLI	
The Attitudes of Customers Towards Green Hotels	152
Assist. Prof. Dr. Reyhan ARSLAN AYAZLAR, Gamze GÜN	

Gastronomi Turizmi Açısından Mersin Yöresi Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği	161
Arş. Gör. Firdevs YÖNET EREN, Yrd. Doç. Dr. Aybuke CEYHUN SEZGİN	
Kastamonu'nun Mağara Turizmi Potansiyeli ve Görsel Etkisi	171
Doç. Dr. Çiğdem SAKICI, Suzan ÇELİK	
Sürdürülebilir Turizm: Bibliyometrik Analiz	179
Yrd. Doç. Dr. Gül ERKOL BAYRAM, Yrd. Doç. Dr. Ali Turan BAYRAM, Yrd. Doç. Dr. Ercan KARAÇAR	
Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Yavaş Şehir Gerze	187
Yrd. Doç. Dr. Ercan KARAÇAR, Yrd. Doç. Dr. Ali Turan BAYRAM, Yrd. Doç. Dr. Gül ERKOL BAYRAM	
Yöresel Ürünlerin Gastronomi Turizminin Sürdürülebilirliği Bakımından Değerlendirilmesi: Pestil ve Köme Örneği	198
Yrd. Doç. Dr. Aybuke CEYHUN SEZGİN, Arş. Gör. Firdevs YÖNET EREN	
Level of Contribution by the Nature Tourism Master Plans to the Development of Nature Tourism	207
Asst. Prof. Dr. H. Batuhan GÜNŞEN, Prof. Dr. Erdoğan ATMİŞ	
Kurumsal İtibarın Sürdürülebilirliğinde Demografik Özelliklerin Rolü: İstanbul'daki Otel Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma	222
Öğr. Gör. Nihan YARMAÇI, Doç. Dr. Elbeyi PELİT	
Bölgede Yeşil Ekonomi Politikasının Gelişmesinde Azerbaycan Türkiye İlişkileri: Turizm ve Perspektifler	238
Doç. Dr. Muhammed SOLTANOĞLU	
Azerbaycan'ın Çok Kültürlülük Modelinde Sürekli Gelişmenin Sosyal Yönü	245
Doç. Dr. Konül GÜNDÜZ KIZI	
Yönetimsel Bir Olgu Olarak Sürdürülebilir Turizm: Kastamonu'daki Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri	252
Şükran Buse KARASET, Arş. Gör. Emrah YAŞARSOY	
Otellerde Uygulanan Her Şey Hariç Sistemin Sürdürülebilirlik Anlayışı Kapsamında Ele Alınması	269
Arş. Gör. Çağdaş AYDIN	
Tarihi Mahallelerdeki Turizm Odaklı Müdahalelerin Mahalle Sakinleri Üzerindeki Etkisi; Amasya, Sofular Mahallesi	276
Yrd. Doç. Dr. Aslı ALTANLAR, Arş. Gör. İbrahim KAVAK, Yrd. Doç. Dr. Lale GÜREMEN	

Obstacles to Enhancements of Ilgaz Mountain National Park' Winter Tourism Potential 292

Assist. Prof. Dr. Arif Oguz ALTUNEL, Assist. Prof. Dr. Tayyibe ALTUNEL, Pakize TORUN

Beşeri Sermayenin Etkinliği Açısından Turizm Ön Lisans Eğitiminde Uygulamalı Mesleki Eğitimin Önemi 299

Yrd. Doç. Dr. İsmail GÜMÜŞ, Doç. Dr. Cemil ÖRGEV, Selin ŞAHİN

Community Based Tourism Activities within the Context of Sustainability of Tourism: A Case of Gelemiş Village..... 310

Yrd. Doç. Dr. Ali AVAN, Yrd. Doç. Dr. Özcan ZORLU

Sürdürülebilirliğin Denge Boyutu Olarak Politik Sürdürülebilirliğin Turizme Etkilerinin İncelenmesi 319

Arş. Gör. Fatmanur Kübra AYLAN, Prof. Dr. Abdullah KARAMAN

Sürdürülebilir Turizme Siyaset Engeli: Türkiye ve Hollanda İlişkileri Örneği 328

Doç. Dr. Sibel MEHTER AYKIN, Uzm. Emel KAHRAMAN

Kış Turizminin Sürdürülebilirliği Kapsamında Seyahat Acentası Yöneticilerinin Bakış Açısı: Kayseri Örneği..... 344

Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ, Yrd. Doç. Dr. Nurettin AYZAZ, Ömer Ceyhan APAK

Türkiye'de Turizm ve Enerji Sektörü Etkileşiminin Girdi-Çıktı Modeli ile Yapısal Analizi..... 356

Doç. Dr. Gül den BÖLÜK, Prof. Dr. Osman KARKACIER

Seferihisar Örneğinde "Cittaslow" Kavramı: Ziyaretçilerin İzlenimleri..... 366

Arş. Gör. Duygu ÇINAR UMDU, Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK

Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Sertifikasyon ve Eko-Etiketler..... 374

Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK, Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER YİĞİT, Arş. Gör. Duygu ÇINAR UMDU

Ankara Atatürk Kültür Merkezi'nde Düzenlenen İl Tanıtım Fuarlarını Ziyaret Edenlerin Memnuniyet Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma: Kastamonu Günleri Örneği 381

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN, Arş. Gör. Esin AYSEN, Arş. Gör. Burcu Ayşenur AKBULUT

Siirt İlinin Gastronomi Açısından Sürdürülebilirlik Analizi:Büryan Örneği..... 391

Öğr. Gör. Kerim COŞKUN, Öğr. Gör. Soner KÜNÇ, Öğr. Gör. Süleyman ÇELİK, Öğr. Gör. Safa ACAR

Tourism and Consumption of Space: Thoughts on Safranbolu 398

Doç. Dr. Sevgi GÖRMÜŞ CENGİZ, Hülya ALAN, Kemal Onur ÖZMAN

Kurumsal Sürdürülebilirlik Kapsamında Turizm Sektöründe Yeşil Yıldız Uygulamaları 407

Öğr. Gör. Safa ACAR, Öğr. Gör. Süleyman ÇELİK, Öğr. Gör. Kerim COŞKUN, Öğr. Gör. Soner KÜNÇ

Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Gelişim: Göynük Yerel Turizm Paydaşları Üzerine Bir Araştırma 416

Doç. Dr. Rahmi YÜCEL, Arş. Gör. İsa BAYHAN, Yrd. Doç. Dr. Serkan ŞENGÜL

Sürdürülebilir Turizm Girişimlerinde Önem ve Performans Değerlendirmeleri: Göynük Tarihi Konakları Örneği 432

Doç. Dr. Rahmi YÜCEL, Yrd. Doç. Dr. Serkan ŞENGÜL, Arş. Gör. İsa BAYHAN

Sürdürülebilir Kalkınmada Turizmin Yeri ve Önemi: Kastamonu Örneği 447

Emel GÜNDÜZ, Bekir YÜKSEL, Yrd. Doç. Dr. MUHARREM AVCI

Dadahlı Ekoköyü'nün Farklı İlgi Gruplarının Bakış Açılarında Değerlendirilmesi 458

Yrd. Doç. Dr. Yaşar Selman GÜLTEKİN, Yrd. Doç. Dr. Pınar GÜLTEKİN

İkincil Konut Sorunu: Mersin Örneği..... 468

Doç. Dr. Kamil UNUR, Arş. Gör. Muhammet Abdulmecit KINIKLI

Türkiye'de Sağlık Turizmi ve Şehir Hastaneleri 478

Doç. Dr. Cemil ÖRGEV, Yrd. Doç. Dr. İsmail GÜMÜŞ

Turistik Merkezlerde Toplumsal Taşıma Kapasitesi: Eskişehir Örneği 490

Doç. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ, Öğr. Gör. İlker KILIÇ, Selda YORDAM, Esra KARAMAHMUROĞLU

Turistik Rekreasyon Alanlarında Psikolojik Taşıma Kapasitesinin Önemi: Eskişehir Örneği..... 501

Doç. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ, Öğr. Gör. İlker KILIÇ, Efnan EZENE, Cemile ECE

Kastamonu Yayla Turizminde Yeni Bir Destinasyon Önerisi “İlgaz Kırkpınar Yaylası Örneği” 512

Yrd. Doç. Dr. İrfan MISIRLI, Mustafa Taylan DAĞISTAN

Turizmde Sürdürülebilirlik ve Coğrafi İşaretler 528

Prof. Dr. Şaban ESEN

Sustainable Tourism Through Sustainable Design: A Case Study on Quayside Hotel Melaka, Malaysia 537

Teach. Assist. Muhammad Danial Bin ISMAIL, Res. Assist. Türkan Sultan YAŞAR İSMAİL

Kırsal Turizmde Geleneksel Kültürün Yansıtılması ve Kadın İstihdamı: Beypazarı Örneği..... 550

Yrd. Doç. Dr. Özlem ALTUNÖZ SÜRÜCÜ, Öğr. Gör. Şaban KARGİGLİOĞLU, Arş. Gör. Serkan AK

Turizm ve Bölgesel Kalkınma: Turistik Bir Destinasyon Olarak Sinop İlinin Durum Analizi.....	566
Yrd. Doç. Dr. Özlem ALTUNÖZ SÜRÜCÜ, Öğr. Gör. Şaban KARGİGLİOĞLU, Arş. Gör. Serkan AK	
Gençlerin Ekoturizm Aktivitelerine Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi: Düzce Üniversitesi Öğrencileri Örneği	578
Yrd. Doç. Dr. Pınar GÜLTEKİN, Yrd. Doç. Dr. Yaşar Selman GÜLTEKİN	
Zigana Doğa Okulu Uygulamalarının Sürdürülebilir Turizm Ölçeğinde Değerlendirilmesi	588
Savaş AYDIN	
Zigana Köyü'nün Sürdürülebilir Turizm Potansiyeli	602
Savaş AYDIN	
Turizm Sektörünün Sanal Rakibi (Mi?): Arttırılmış Gerçeklik	619
Reşad Emre ÖZGÜNEŞ, Prof. Dr. Düriye BOZOK	
Yerel Kalkınma İçin Bir Araç Olarak Sürdürülebilir Turizm: Konya - Sille Örneği ..	631
Doç. Dr. Gül GÜNEŞ, Arş. Gör. Seda ÖZDEMİR AKGÜL	
Evaluation of Possible Effects of "The Whole City Law" on Rural Tourism Areas in Turkey	645
Asst. Prof. Dr. Demet DEMİROĞLU, Asst. Prof. Dr. A.Esra CENGİZ, Assoc. Prof. Dr. Aybike Ayfer KARADAĞ	
Pragmatism and Diversification of the Kazakh National Food Culture.....	657
Natalya CHERNYAVSKAYA, Gulmira AKHATOVA	
Doğal Kaynaklar Çerçevesinde Türk Turizmde Rekabet Edebilirlik	670
Doç. Dr. Şaban ESEN, Yrd. Doç. Dr. Hande UYAR OĞUZ	
Turistik Destinasyonların Erişilebilirlik Potansiyelinin Belirlenmesi: Taraklı Örneği	678
Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN, Öğr. Gör. Erkan TÜRKEVEN, Arzu KAHVECİ	
Kültür ve İnanç Varlıklarının Turizm Amaçlı Değerlendirilmesi: Piraziz İlçesi Örneği	690
Yrd. Doç. Dr. İbrahim SEZER, Prof. Dr. Ünsal BEKDEMİR	
Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konaklama Tesisleri İle Yakın Çevrelerinin Değerlendirilmesi: Süllü Dağ Evi Örneği.....	709
Yrd. Doç. Dr. İbrahim Sezer	
Kazakhstan and New-Format Restaurants in the Great Silk Road	726
Dina KHAZHGALIYEVA, Minura BOZHymbaeva, Raihan ABUTOVA	
Sürdürülebilirlik ve Sakin Şehir Tartışmaları; Amasra Örneği	737
Yeliz BÖLÜKBAŞI, Yrd. Doç. Dr. Mustafa Artar	

Konaklama Sektöründe Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımı ve Sürdürülebilirlik Açısından Turizme Olan Ekonomik Etkileri 751

Yrd. Doç. Dr. İsmail GÜMÜŞ, Arş. Gör. Talha Enes GÜMÜŞ

Tüketicilerin Sürdürülebilir Tüketim Bağlamında Yeşil Tüketim Eğilimleri ve Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları 762

Doç. Dr. Yıldırım KIZGIN, Yrd. Doç. Dr. Kübra KARAOSMANOĞLU, Yrd. Doç. Dr. Gülay ÖRMECİ, Özlem TAŞ

Korunan Alanlarda Koruma Kurullarının Turizme Olan Etkileri: Safranbolu Örneği 778

Yrd. Doç. Dr. Yasin DÖNMEZ, Yrd. Doç. Dr. Melih ÖZTÜRK, Yrd. Doç. Dr. Ercan GÖKYER, Yrd. Doç. Dr. Fatih TÜRKMEN

Turizm İşletmelerinde Maliyet unsuru olarak Enerji Kullanımı: Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Uygulama Oteli Örneği 785

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN, Asst. Prof. Dr. Muammer BEZİRGAN, Fatih ÇOLAKOĞLU

Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliği bakımından yöresel yiyeceklerin menülerde yer alma düzeyi: Taraklı Ölçeğinde bir araştırma 793

Arş. Gör. Nihan AKDEMİR, Doç. Dr. Gökalep Nuri SELÇUK

Seyitgazi İlçesi Paydaşlarının Sürdürülebilir Turizm farkındalıkları 802

Doç. Dr. Gökçe YÜKSEK, Prof. Dr. Füsün İSTANBULLU DİNÇER, Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER

Hatay Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirliğinde, yöresel yiyecek üreticilerinin rolü 816

Duygu BABAT, Fikret GÖKÇE, Aylin VARIŞLI

Evaluation of Ecovillages in Turkey according to Rural Tourism 831

Aybike Ayfer KARADAĞ, A.Esra CENGİZ, Demet DEMİROĞLU

Turizmin Sürdürülebilirliğinde yerel dinamikler arasında iletişim ve işbirliğinin önemi: Ordu İli Örneği 842

Doç. Dr. Cavit YAVUZ, Özlem ALBAN

Afyon Kaymağı ve Afyonkarahisar mutfağındaki yeri 843

Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI, Fehmi ÖZKAN

Fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki pozitif ve negatif etkileri: kavramsal bir yaklaşım 860

Arş. Gör. Eyüp KARAYILAN, Öğr. Gör. Gönül AKIN, Pervin GULUZADE

Kastamonu için sürdürülebilir turizm politikaları 868

Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER YİĞİT, Burak KARAÇOR, Mustafa Taylan DAĞISTAN

Sürdürülebilir Turizmin Kırsal Alanların Kalkınmasına Etkisi ve Sonsuz Şükran Köyü Örneği..... 887

Yrd. Doç. Dr. Erkan AKGÖZ

Kyrgyzstan in the System of Sustainable Tourism 901

Associate Professor Damira KONOKBAEVA, PhD Candidate Gulmira SAMATOVA, Master Student Ermek MOLDOSHOVA

Kırgızistan Sağlık Turizmi Kapsamında At Sütü Tedavisine Alternatif Eşek Sütünün Kullanımı ve Önemi 907

Öğr. Gör. Nadira TURGANBAYEVA, Araş. Gör. İbrahim GÜNDOĞDU

Consumer's Willingness to Pay for Sustainable Tourism and Recreational Services in Pakistan: A Case Study of District Faisalabad..... 916

Prof. Dr. Muhammad Ashfaq, Assoc. Prof. Dr. Muhammad Asad ur Rehman Naseer, Prof. Dr. Sarfraz Hassan, Adil Humayon

Korunan Alanlarda Sürdürülebilir Ekoturizm Faaliyetleri 923

Araş. Gör. İlknur KARATAŞ, Yrd. Doç. Dr. Tayyibe ALTUNEL

Türkiye’de Korunan Alanların Hukuki Durumu 931

Araş. Gör. İlknur KARATAŞ, Yrd. Doç. Dr. Tayyibe ALTUNEL

Sürdürebilir Bir Anlayış İle İnanç Turizmine Kutsal Mekânların Kazandırılması: Hacı Murad Veli Türbesi Örneği..... 938

Yrd. Doç. Dr. Muharrem AVCI, Öğr. Gör. Mustafa TECİMEN, Eda TECİMEN

Tarihi Yapılarda Yeni İşlev Önerilerinin Sürdürülebilirliği ve Turizm Olgusuna Katkısı: Kastamonu Örneği 949

Yrd. Doç. Dr. A. Esra BÖLÜKBAŞI ERTÜRK, Öğr. Gör. Ertan ERTÜRK, Gökçen GÖKGÖZ

Orman Yolu İnşaatının Ekolojik Değere Sahip Alanlara Etkileri 965

Araş. Gör. Çiğdem ÖZER GENÇ, Doç. Dr. Burak ARICAK, Araş. Gör. Durmuş Ali ÇELİK, Yrd. Doç. Dr. Mehmet ÇETİN, Yrd. Doç. Dr. Hakan ŞEVİK

Sustainable Cultural Tourism In Malaysia 969

Prof. Dr. Noorzan Mohd NOOR

Toward a New Paradigm in Sustainable Tourism: Trend and Pattern Analysis in Tourism Resilience Researches 974

Salar KUHZADY, Res. Asst. Sercan BENLİ

Simunul: The Seat of Islamic Cultural Heritage and Benchmark of Ecotourism in the Philippines..... 981

Dr. Mary Joyce G. SALI, Dr. Forma L. GONZALES

Turtle Islands Wildlife Sanctuary Ecotourism Development: Promoting Conservation in the Context of Islamic Culture and Traditions 990

FILEMON G. ROMERO, Ph.D., MA . JOYCE GUINTO SALI, Ph.D.

Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemeklerin Rolü ve Önemi; Kastamonu Örneği.....	999
Metin MIZRAK, Yrd. Doç. Dr. Aydoğın AYDOĞDU, Arş. Gör. Emrah YAŞARSOY	
The Potential of The Botanical Tourism: The Case of Kastamonu.....	1010
Arş. Gör. Nursema AKTEPE, Yrd. Doç. Dr. Kerim GÜNEY, Arş. Gör. Emre AKTÜRK, Prof. Dr. Ömer KÜÇÜK	
Çankırı Mutfak Kültürünün Turizm Potansiyelinin İncelenmesi.....	1019
Doç. Dr. Kutay OKTAY, Öğr. Gör. Mustafa TECİMEN, Eda TECİMEN	
Turizm Sektöründe Fiyat Politikası ve Sürdürülebilirliği: Antalya Örneği	1028
Prof. Dr. Sayım IŞIK, Hatice ÜSTÜNDAĞ	
Türkiye’de Tüketicilerin Sürdürülebilir Turizm Konusundaki Bakış Açılarının Geliştirilmesine Yönelik Bir Model Önerisi.....	1041
Bilge KASIRGA İPEK, Doç. Dr. Kutay OKTAY	
Yerel Halkın Gastronomi Turizmine Karşı Farkındalık ve Tutumu: Kastamonu Örneği.....	1049
Sedat ÖNER, Yrd. Doç. Dr. Aydoğın AYDOĞDU	
Sonuç Bildirgesi Özeti.....	1060

DESTİNASYON PAYDAŞLARININ ÇEVRE YÖNETİMİNE İLİŞKİN ALGILARI

Yrd. Doç. Dr. Gülizar AKKUŞ

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü
gakkus@kastamonu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Çetin AKKUŞ

Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü
cakkus@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Özellikle Erzurum gibi kış turizminde aktif rol oynayan destinasyonlarda turistleri çeken en büyük rekabetçilik faktörleri kış sezonunun uzunluğu, kar kalitesi ve doğal kayak alanlarıdır. Bu koşulların devamlılığının sağlanabilmesi için etkin bir çevre yönetiminin izlenmesi gerekmektedir. Turizm sektörü paydaşlarının çevre yönetimi hakkındaki düşünceleri, destinasyonların sürdürülebilir gelişimi açısından oldukça önemlidir. Bu sebeple araştırmada, bir kış turizmi destinasyonu olan Erzurum'daki turizm sektörü paydaşlarının çevre yönetimine ilişkin algılarını derinlemesine incelemek amaçlanmıştır. Araştırmada merkezi ve yerel yönetim ile birlikte konaklama işletmesi yöneticisi olmak üzere toplam beş kişi ile derinlemesine görüşülmüştür. Görüşmelerde nitel bir yöntem olan standartlaştırılmış açık uçlu görüşme tekniği benimsenmiştir. Kapsamlı literatür taraması sonucu, görüşme soruları oluşturulurken Dwyer ve Kim (2003)'in Bütünleştirilmiş Rekabetçilik Modelinde yer alan çevre yönetimine ilişkin ifadelerden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda, tüm paydaşların sorulara genel olarak olumlu yanıtlar verdiği gözlenmiştir. Görüşmelerden yola çıkarak, kış turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan Erzurum ilindeki turizm sektörü paydaşlarının çevre yönetimine ilişkin olumlu algılara sahip olduğu söylenebilir.

Anahtar sözcükler: Çevre Yönetimi, Sürdürülebilirlik, Turizm Sektörü Paydaşları, Kış Turizmi Destinasyonu, Erzurum.

ABSTRACT

The most important competitiveness factors that attract tourists in destinations that are active in winter tourism such as Erzurum are winter season length, snow quality and natural skiing areas. Effective environmental management must be monitored to ensure the continuity of these conditions. Tourism sector stakeholders' thinking about environmental management is very important in terms of the sustainable development of destinations. For this reason, it was aimed to investigate in depth the perceptions of tourism sector stakeholders in Erzurum, which is a winter tourism destination, regarding environmental management. The research was conducted in depth with a total of five people, including the central and local management and the accommodation management managers. A standardized open-ended interview technique, which is a qualitative method in the research, has been adopted. As a result of the comprehensive literature survey, interview questions were used in relation to the environmental management in Dwyer and Kim (2003)'s Integrated Competitiveness Model. As a result of the research, it was observed that all stakeholders gave positive answers in general. Based on the interview, it can be said that the tourism sector stakeholders in Erzurum province, which has a significant potential in terms of winter tourism, have a positive perception of environmental management.

Keywords: Environmental Management, Sustainability, Tourism Sector Stakeholders, Winter Tourism Destination, Erzurum.

GİRİŞ

Çevre problemleri karmaşık olduğu kadar, belirsiz ve çok boyutlu olup, birçok paydaşı doğrudan ya da dolaylı olarak etkiler. Bu sebeple değişen koşullara uyum sağlayabilen esnek bir karar verme mekanizmasına ihtiyaç duyulur. Bu amaca ulaşmak için de giderek artan bir şekilde paydaş katılımı sağlanmaya ve paydaşlar çevresel karar verme süreçlerine dâhil edilmeye çalışılmaktadır. Çünkü paydaşların çevresel kararlara katılımı demokratik bir hak olarak görülmektedir (Reed, 2008, s.2418). Bununla birlikte karar verme sürecinde farklı paydaşların katılımı, son kararın meşruluk kazanması açısından oldukça gereklidir (Kangas, Saarinen, Saarikoski, Leskinen, Hujala ve Tikkanen, 2010, s.213).

Çevre yönetimi kararları genellikle karmaşık olup, ekonomik, çevresel ve sosyal yargıları içerir. Bu sebeple çevre yönetimi kararlarına ilişkin hedefler açıkça ifade edilmiş olmalı ve ulaşılabilir bir takım amaçlar ile birlikte sunulmalıdır. Hedeflere ulaşmada önemli kilit içsel ve dışsal faktörler tanımlanmalıdır. Olası yönetim stratejileri çeşitli, hatta çelişkili kriterlere dayanarak değerlendirilmelidir (Groselj ve Stirn, 2015, s.106). Tüm bu tanımlamalar ya da değerlendirmelere ise ancak paydaş katılımı ile ulaşılabilir. Çünkü çevre yönetimi kararlarının büyük çoğunluğu çoklu paydaş görüşü ile yönlendirilir (Hajkowicz, 2008, s.607).

Bu araştırmada da çevre yönetimi kararlarına ilişkin turizm sektörü paydaşlarının düşünceleri değerlendirilerek, bir kış turizmi destinasyonu olan Erzurum temel alınmıştır. Paydaşlar merkezi yönetim, yerel yönetim ve konaklama işletmeleri olmak üzere kamu ve özel sektör paydaşlarından seçilmiştir. Araştırma bahsi geçen kurumların üst düzey temsilcileri ile gerçekleştirilmiş ve sonuçlar paylaşılmıştır.

LİTERATÜR TARAMASI

Ulusal ve uluslararası yazında, farklı bilim dallarının çevre yönetimine ilişkin çeşitli araştırmalar yaptığı gözlenmektedir. Ancak turizm alanında yapılmış çalışmalar değerlendirildiğinde, özellikle otellerin çevre yönetimi uygulamalarına yönelik araştırmalar ile sıklıkla karşılaşılmaktadır. Bununla birlikte konu itibarıyla turizm destinasyonu paydaşlarının çevre yönetimi algılarına ya da uygulamalar ile ilgili düşüncelerine ilişkin yapılmış bazı araştırmalar şu şekildedir:

Alvarez Gil, Burgos Jimenez ve Cespedes Lorente (2001) İspanya'daki otellerin çevre yönetimi uygulamalarının işletmenin finansal performansını etkileyip etkilemediğini araştırmış ve üç-dört-beş yıldızlı 262 otelde anket uygulamıştır. Araştırma sonucunda tesisin faaliyet yılı, büyüklüğü, paydaşların çevresel baskıları ve işletmenin yönetim tekniklerini kullanımının, otellerin çevre yönetimi faaliyetlerinin uygulanma derecesi üzerinde kalıcı bir etki yarattığını tespit etmişlerdir. Byrd (2007) ise literatüre dayanarak sürdürülebilir turizm gelişiminde paydaşların rolünü ve buna nasıl dâhil edilmeleri gerektiğini incelemiştir. Reed (2008) ise çevre yönetiminde paydaş katılımını incelediği kavramsal araştırmada en iyi uygulamaları değerlendirmiştir. Bu üç araştırmada da paydaşların çevre yönetimi uygulamalarının gerçekleştirilmesinde önemli bir etkisi olduğu kabul edilmektedir.

Hajkowicz (2008) çok paydaşlı çevre yönetimi kararlarında çoklu kriter karar analizi kullanımını araştırmıştır. Avusturalya Queensland'deki Mackay-Whitsunday bölgesindeki öncelikli 30 çevre yönetimi sorunu çoklu kriter karar analizi kullanılarak farklı sektörlerden 48 paydaşla tartışılmıştır. Araştırma sonucunda çoklu kriter karar analizinin grup karar verme üzerinde oldukça etkili olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde Groselj ve Stirn (2015) ise Slovenya Pohorje'deki çevre yönetimi sorunlarını analitik ağ süreci (ANP) ve SWOT analizi yardımı ile ele almıştır. Bu yaklaşımlar aracılığı ile bireysel ya da grup olarak çeşitli paydaşların görüşleri değerlendirilebilmiştir. Paydaşlar destinasyon için önem arz eden ormancılık, tarım, turizm ve doğa koruma ajanslarından seçilmiştir.

Özellikle çevreyi ilgilendiren yönetim kararlarında o destinasyondaki yerel paydaşların katılımı oldukça önemli bir konu olmasına rağmen, tüm paydaş fikirlerinin etkin bir şekilde değerlendirilemediği görülmektedir. Hajkowicz (2008) ile Groselj ve Stirn (2015)'in yaptığı araştırmalar sayesinde farklı sektörlerden birçok paydaşın bireysel ya da grup olarak fikirlerinin değerlendirilebilmesine ilişkin etkili öneriler sunulmuştur.

Vellecco ve Mancino (2010) yerel paydaşların gözünden üç İtalyan destinasyonunun sürdürülebilirlik ve turizm gelişimini araştırmıştır. Çalışmada paydaşların çevresel ihtiyaçları destekleme konusundaki istekliliklerini doğrulamak amacıyla çevresel farkındalıkları incelenmiştir. Örnek olay incelemesi şeklinde sunulan araştırmada kurumsal paydaşlar ve yerel turizm girişimcileri ile görüşülmüştür. Liu, Ouyang ve Miao (2010) ise paydaşların çevresel tutumları ve korunan alan-toplum çatışması konusundaki algılarını tespit etmek amacıyla Çin'in Jinyun dağındaki korunan alanı örnek seçmiştir. Yerel çiftçiler, devlet çalışanları, işletmeciler ve turistler olmak üzere dört paydaş grubundan toplamda 112 anket elde etmiştir. Heck, Dearden, McDonald ve Carver (2011) deniz ve kıyı koruma alanlarının etkinliğine ilişkin paydaş görüşlerini değerlendirmiş ve paydaşların Kanada'daki Pasifik Rim Ulusal Parkının korunmasına ilişkin faaliyetlere katılıma gösterdikleri ilgiye odaklanmıştır. Deniz turizm

operatörü, rekreasyonel balıkçılık charter operatörü, ticari balıkçı, araştırmacı ve çevreye ilişkin STK çalışanları olmak üzere toplam 126 paydaşa ulaşarak anket yapmıştır. Lu ve Schuett (2012) Teksas'ta bulunan Sam Houston Ulusal Ormanı örneğinden yola çıkarak çevre yönetiminde gönüllü derneklerin rolünü incelemiştir. Genel olarak çalışmadaki gönüllü dernekler, ilke temelli, küçük-orta ölçekli, aktivite odaklı ve sosyopolitik ve çevresel değişikliklere uyum sağlayan aktif gruplar olarak tanımlanmıştır. Veriler doküman analizi, bireysel görüşmeler ve web anketi aracılığıyla toplanmıştır.

Tüm bu araştırmalar yanı sıra, özellikle otellerin çevre yönetimi uygulamalarına ilişkin çokça araştırma bulunmaktadır (Emeksiz, 2007; Aykan ve Sevim, 2013; Arslan ve Emeksiz, 2016; Özdemir Yılmaz, Özok ve Erdem, 2016). Burada daha çok paydaşların konu ile ilgili düşüncelerini temel alan araştırmalar sunulmuştur. Tang, Amran ve Goh (2014) Malezya'daki otellerin çevre yönetimi uygulamalarına katılım düzeyini ve katılımın otel performansına etkisi olup olmadığını belirlemeyi amaçlamıştır. Otel yöneticilerine gönderilen anketler sonucu 82 kullanılabilir anket formu elde edilmiştir. Teng, Horng ve Hu (2015) Tayvan'daki uluslararası otellerin çevre yönetimi kararlarını değerlendirdiği çalışmada toplam 26 paydaşla yarı yapılandırılmış görüşme gerçekleştirmiştir. Çalışmada otel sahipleri ya da yöneticileri, müşteriler, devlet kurumları ve çevreyle ilişkili akademisyenler ya da STK'lar olmak üzere dört paydaş grubu temel alınmıştır. Sánchez-Medina, Díaz-Pichardo ve Cruz-Bautista (2016) ise otel işletmelerinde çevre yönetimi uygulamalarının gerçekleştirilmesinde paydaş etkisini araştırdıkları çalışmada, otel yöneticilerinin paydaşların çıkarları hakkındaki algıları ile Meksika, Oaxaca'daki çevre yönetimi uygulamaları arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Otel sahiplerinden ya da yöneticilerinden toplamda 108 anket elde etmişlerdir.

Yapılmış araştırmalar incelendiğinde, genellikle çevre yönetimine ilişkin algılarını tespit etmek amacıyla paydaşlara anket yöntemi ile ulaşıldığı gözlenmektedir. Ancak Teng vd. (2015)'nin yaptığı araştırmada paydaşlar ile derinlemesine görüşülmüştür. Bununla birlikte araştırmalarda dağlarda ya da denizlerdeki koruma alanları ve ulusal ormanlar gibi çok çeşitli turistik destinasyonların örnek seçildiği dikkat çekmektedir. Bu araştırmada da bir kış turizmi destinasyonunun turizm sektörü paydaşları ile derinlemesine görüşülmüştür.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı

Kış turizmine en elverişli alpin destinasyonlardan biri olan Erzurum, Palandöken ve Konaklı gibi birçok kış turizmi merkezine sahip olmakla birlikte, turistleri çeken en önemli rekabetçilik faktörleri kış sezonunun uzunluğu, kar kalitesi ve doğal kayak alanlarıdır. Ancak bu doğal alanların sürdürülebilir bir şekilde turizm faaliyetleri amacı ile kullanılması gerekmektedir. Aksi takdirde sadece günü kurtarmak amacı ile hareket eden bir destinasyonun uzun vadede kaynaklarını tahrip etme olasılığı oldukça yüksektir. Var olan doğal ve geliştirilmiş (yapay) tüm kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için ise etkin bir çevre yönetiminin izlenmesi gerekir. Destinasyonların yönetiminde her ne kadar ulusal turizm örgütü söz sahibi olsa da, destinasyon paydaşlarının bu konudaki düşünceleri, konuya bakış açıları ya da sunduğu tedbirler destinasyonların sürdürülebilir gelişimi açısından büyük önem arz etmektedir. Bu sebeple araştırmada, bir kış turizmi destinasyonu olan Erzurum'daki turizm sektörü paydaşlarının çevre yönetimine ilişkin algılarını derinlemesine incelemek amaçlanmıştır.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada nitel bir yöntem olan derinlemesine görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşmeler birçok türde olabileceği gibi, bu araştırmada standartlaştırılmış açık uçlu görüşme tekniği (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.132) benimsenmiştir. Kapsamlı literatür taraması sonucu, görüşme soruları oluşturulurken Dwyer ve Kim (2003)'in turizm sektörüne yönelik geliştirmiş olduğu Bütünleştirilmiş Rekabetçilik Modelinin *Destinasyon Yönetimi* başlığı altında yer alan çevre yönetimine ilişkin ifadelerden yararlanılması uygun bulunmuştur. Modelde yer alan ifadeler özellikle turizm sektörü paydaşlarına hitap ettiği ve hem kamu hem de özel sektör paydaşı görüşlerinin değerlendirilebilmesine imkân sağladığı için tercih edilmiştir. Modelde çevre yönetimi ile ilişkili dört ifade bulunmaktadır.

Nitel araştırma konusunda deneyimli akademisyenler ile yapılan görüşmelerde iki sorunun birleştirilmesine ve destinasyonun genel nitelikleri ile paydaş özellikleri göz önüne alınarak bazı ifadelerin değiştirilmesine karar verilmiştir. Toplam üç sorudan oluşan bir görüşme formu elde edilmiş ve yanıtlayıcılar bu sorular ile sınırlandırılmamıştır.

Tablo 1. Paydaşlara Yöneltilen Görüşme Soruları

- 1 Kamu sektörünün sürdürülebilir turizm gelişiminin önemini kabul ettiğini düşünüyor musunuz? Bu konuda özel sektörün ne durumda olduğunu düşünüyorsunuz?
- 2 Çevre ve kültür mirasını korumaya yönelik kanun ve yönetmeliklere ilişkin düşünceleriniz nelerdir?
- 3 Turizmin çevresel etkilerinin yeterince araştırılıp değerlendirildiğini düşünüyor musunuz?

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Erzurum ilindeki tüzel ve gerçek kişilerden oluşmakta olup, örneklem Erzurum'da bulunan turizm sektörü paydaşları olarak belirlenmiştir. Kapsamlı literatür taraması sonucu çevre yönetimi çalışmalarında özellikle otellerin bu konudaki girişimlerine değinildiği ve genellikle örneklem olarak otel sahiplerinin ya da yöneticilerinin tercih edildiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte çevre yönetimi kent yönetimi ile yakından bağlantılı olduğu için (Ünlü, 1991, s.15), yerel yönetimler ve çevre ilişkisine (Geray, 1998; Nemli, 2001), çevre yönetim sistemlerinde yerel örgütlenmelerin önemine (Baykal, 2010) ya da destinasyonların çevre yönetiminde destinasyon yönetim örgütlerinin önemine (Mihalic, 2000) değinen araştırmalar olduğu gözlenmiştir. Bu sebeple araştırmada amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örnekleme seçilerek, turizm sektörü paydaşları merkezi yönetim, yerel yönetim ve konaklama işletmesi yöneticileri olarak belirlenmiştir.

Merkezi yönetimde Erzurum Valiliği, yerel yönetimde, Erzurum Palandöken Kent Konseyine ulaşılabilmiş ve konaklama işletmelerinden beş yıldızlı üç otel yöneticisi ile görüşülmüştür. Örnekleme dâhil edilen tüm kurumların Erzurum ili turizmüne yön vermede aktif rol oynayan paydaşlardan seçilmesine özen gösterilmiştir. Belirtilen kurumların üst düzey yöneticileri olmak üzere toplamda beş yüz yüze görüşme gerçekleştirilmiştir.

Konaklama işletmesi yöneticileri ile yapılan görüşmeler 2016 yılı Haziran ayı, kamu kurumu temsilcileri ile yapılan görüşmeler aynı yılın Temmuz ayı içerisinde gerçekleştirilmiştir. Yapılan tüm görüşmeler, paydaşlara konu ile ilgili bilgi verildikten sonra randevu alınarak kendi çalışma ortamlarında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada görüşmeci olarak yazarlar görev almıştır. Görüşmeler yaklaşık 15-20 dakika arası sürmüştür. Katılımcılardan gerekli izin alındıktan sonra konaklama işletmelerinde ses kaydı alınmış, ses kaydı alınmasını istemeyen diğer iki kurumda görüşmeci tarafından elle not tutulmuştur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma bulguları analiz edilirken araştırmacıya kolaylık sağlaması açısından görüşmecilerin isimleri yerine kodlamaya gidilmiştir. Kodlamaya ilişkin bilgiler Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Örnekleme İlişkin Kodlama

<i>Kamu Sektörü Turizm Paydaşları</i>	<i>Özel Sektör Turizm Paydaşları</i>
K1 Erzurum Valiliği	Ö1 SWAY Hotels
K2 Erzurum Palandöken Kent Konseyi	Ö2 Polat Renaissance Hotel
	Ö3 Dedeman Hotel

Erzurum ili turizm sektörü paydaşlarının çevre yönetimine ilişkin algılarını tespit etmek amacıyla sorulan “*Kamu sektörünün sürdürülebilir turizm gelişiminin önemini kabul ettiğini düşünüyor musunuz? Bu konuda özel sektörün ne durumda olduğunu düşünüyorsunuz?*” sorusuna K1 her iki sektöründe sürdürülebilir turizm gelişiminin önemini kabul ederek buna dikkat ettiğini belirtmiştir. K2 ise kamu sektörünün sürdürülebilir turizm gelişimine her ne kadar dikkat etse de, faaliyet açısından eksik kaldığını belirtmiş ve özel sektöre ilişkin bir yorumda bulunmamıştır.

Ö1 kamu sektörünün bu konuda birçok teşvik sunduğunu, özel sektörün ise bunu kullandığını belirterek, düşüncelerini şu cümleler ile ifade etmiştir:

“Tabi ki kamu sektörü bu anlamda sürdürülebilir turizm gelişimine yönelik çalışmalar yapıyor. Örnek verecek olursak, KUDAKA ve KOSGEB gibi kurumlar Avrupa Birliği destekli projeler ile bizleri teşvik ediyorlar. Bu anlamda birebir ilerliyor her şey.” Ö2’de benzer şekilde kamu kurumlarının özel sektörü bu anlamda desteklediğine değinmiştir. Ö3 ise K2 ile aynı konuya değinerek, kamu sektörünün artık sürdürülebilirliğe önem vermeye başladığını ifade etmiş ve özel sektör olarak özellikle konaklama işletmelerinin de bu konuya hassasiyet duyduğunu eklemiştir.

“Çevre ve kültür mirasını korumaya yönelik kanun ve yönetmeliklere ilişkin düşünceleriniz nelerdir?” şeklinde sorulan ikinci soruya K1 olumlu yaklaşarak, ilişkili tüm kanun ve yönetmeliklerin çevre ve kültür mirasını koruma amacı taşıdığını belirtmiştir. K2 ise düşüncelerini şu şekilde ifade etmiştir:

“Bence bu konuda Türkiye kötü bir durumda. Erzurum’da en sevilen yerlerden biri Erzurum evleri (tarihi yedi ev birleştirilerek yapılmış bir turizm işletmesi). Burada önceden gaz lambaları yakılırdı, şimdi ise avizeler takılmış, tarihi doku bozulmuş. Amaç daha fazla para kazanmak. Korumaktan yana değil bozmaya yönelik bir millet olmuştuk. Dört sene evvel tarihi yapılar bulundu. Hiç umursamadan hepsini kaldırıp üstüne bina diktiler. Mesela Çifte Minerali Medreseye boru döşemişler, yağmur suyunu aldın diye.”

K2 var olan tarihi yapıların dokusunun bozulduğundan ve yeni keşfedilenlerin ise hiç önemsenmediğinden yola çıkarak çevre ve kültür mirasının etkin bir şekilde korunmadığını belirtmiştir. Bunlarla ilgili kanun ve yönetmeliklerin bulunduğunu ancak kamu idarelerinin buna dikkat etmediğini de eklemiştir.

Ö1 ise tüm kanun ve yönetmeliklerin doğru olduğunu ve birebir uygulanmasını gerektiğini söyleyemeyeceğini belirtmiştir. Ancak günün şartları neyi gerektiriyorsa ona dikkat edilmesinin oldukça önemli olduğuna değinmiştir. Çevre ve kültür mirasını koruma konusunda özellikle yerel halkın üzerine düşen sorumluluğu alması gerektiğini de eklemiştir. Ö1’in bazı kanunların her destinasyon için uygun olamayacağını düşünerek böyle bir cevap verdiği söylenebilir. Çünkü kanunlar geneli temsil edecek nitelikte olup, özellikle Erzurum gibi dezavantajlı bölgelerde uygulanmasında sıkıntılarla karşılaşmaktadır. Ancak çevre ve kültür mirasını koruma konusunda yerel halka büyük görev düşmektedir. Çünkü bilindiği üzere bir destinasyona ve çevresine en iyi ve en doğru şekilde sahip çıkacak kitle yerel halktır. Yerel halk o bölgenin kimliğine, çevresine ne kadar sahip çıkarsa kendi yaşam alanını o derece sürdürülebilir kılacaktır.

Aynı soruya K2 aksine Ö2 ve Ö3 daha olumlu yaklaşarak, Ö2 Çevre ve Şehircilik Bakanlığı’nın, Ö3 ise Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın özellikle son yıllarda çevre ve kültür mirasını korumaya yönelik çalışmalar yaptığını belirtmiştir. Ö2’nin konuya ilişkin düşünceleri şu şekildedir:

“Son birkaç yıldır Çevre Bakanlığı’nın kentsel dönüşüm projeleri kapsamında tarihi eserlerin etrafı açılıyor. Kamu alanları, sit alanları çok sıkı denetleniyor. Niye? Kültür mirası çok önemli. Örneğin insanlar sadece kayak yapmaya değil, kültür miraslarını da görmeye geliyor. Dünya artık yaşlanıyor ve her yerde tarihi eserler oluşmaya başlıyor... Biz otelciler olarak bunu önemsiyoruz. Tarihi eserleri, kültür turlarını tanıtmak için, destinasyonu pazarlamak için Erzurum’u tanıtıyoruz.”

Son yıllarda Erzurum’da Ö2’nin bahsettiği tarihi eserlerin etrafının açılmasına yönelik çeşitli projeler yürütülmektedir. Bu projeler kültür mirası olarak değerlendirilen geleneksel Erzurum evlerinin ve minare, kümbet gibi tarihi yapıların ve çevresinin güzelleştirilmesine yönelik projelerdir. Bunlardan biri tarihi bir sokak olan Karanlık Kümbet sokak içerisinde yer alan tarihi ve tescilli 8 adet yapının

rölöve, restitüsyon ve restorasyon projesidir. Bir diğeri ise Kültür Yolu adlı proje olup, bu proje kapsamında Erzurum Kalesi etrafındaki tarihi ve tescilli birçok yapı onarılmıştır. Bu gibi gelişmeler sayesinde Ö2 gibi paydaşlar, çevre ve kültür mirasını korumaya yönelik devlet destekli girişimlere ilişkin olumlu düşüncelere sahiptir.

Son olarak “Turizmin çevresel etkilerinin yeterince araştırılıp değerlendirildiğini düşünüyor musunuz?” şeklinde sorulan soruyu K1 şu şekilde yanıtlamıştır:

“Turizmin çevresel etkilerine yönelik gerekli araştırma, inceleme faaliyetleri yürütülüyor. Yapılan araştırmalar neticesinde elde edilen olumlu yansımalar ise bu alanda yeterli araştırmanın yapıldığını zaten gözler önüne seriyor.”

K2 ise K1 aksine Erzurum adına böyle bir araştırma ve değerlendirme faaliyetinin yapılmadığını belirtmiştir. Ö1 bu konuda K1 ile hemfikir olup, “Özel ve tüzelden çevresel etkileri araştıran, değerlendiren ve ortaya çıkaran araştırmacıların ülke bazında araştırmalar yaptığını düşünüyorum.” şeklinde cevap vermiştir. Aslında Ö1 ülke bazında turizmin çevresel etkilerine yönelik değerlendirmelerin yapıldığını söyleyerek, bir nevi K2 ile aynı düşünceyi paylaşmaktadır. Çünkü K2’de benzer şekilde Erzurum için böyle bir durumun söz konusu olmadığını gündeme getirmiştir.

Ö2’nin üçüncü soruya verdiği yanıt ise şu şekildedir:

“Artık bu yapılıyor, eskisi gibi değil. Teknolojinin gelişmesi, eğitim seviyesinin artması, sektörün içine artık turizm otelcilik bölümü mezunlarının girmesi bunu artırıyor. Turizm sadece deniz, kum, güneşten ibaret değildir. Yıllarca böyle oldu, turizm demek buydu. Öyle bir şey yok artık. Çünkü yatımlar afaki boyutlarda. Kısacası yatırımcı bir yere kadar para harcar. Önemli olan musluğun her gün akması, her gün ne kadar aktığı önemli değil. O musluk her zaman aksın, az aksın kuyu dolmasın, 5 dakika gür aksın, 2 dakika dursun ama aksın. Bu şekilde düşünülürse sektör zengin olur. Böylece turizm sürdürülebilir hale getirilebilir.”

Ö2, önceden turizmin çevresel etkilerine çok dikkat edilmediğini, ancak gelişen ve değişen zaman ile birlikte bunun farklılaştığını belirtmiştir. Önceden sadece deniz, kum, güneş üzerine kurulu bir turizm altyapısı varken ve bunun çevresel etkileri üzerine çok düşünülmezken artık durumun çok daha farklı olduğuna değinmiştir. Turizmde sürdürülebilirlik konusunu ise musluk örneğinden yola çıkarak izah etmiştir. Sürdürülebilir bir turizm sektörü için, devamlı aşırı turist girişi beklemekten ziyade, zaman zaman azalsa da, sürekliliği asla azalmayan bir turizmin hedeflenmesi gerektiğini belirtmiştir.

Ö3 ise soruya daha farklı bir açıdan yaklaşarak, kendilerinin konuya ilişkin yaptığı araştırma ya da değerlendirmelerden bahsetmiştir.

“Düşünüyoruz. Biz genelde Erzurum halkının Palandöken hakkındaki düşüncelerini araştırıyoruz. Yani sonuçta biz burada iş yapıyoruz ama bunun Erzurum’daki etkileri de çok önemli bizim için. Mesela dışarıdan, Antalya’dan veya turizm bölgesi olan yerlerden personel almamaya çalışıyoruz. Kendi memleketimizde istihdam sağlamaya çalışıyoruz.”

Ö3, turizmin doğal çevreye etkisinden değil, daha çok sosyal çevreye yani yerel halka etkisinden bahsetmiştir. Ancak görüşmenin olumlu bir havada devam edebilmesi ve kişinin kendini rahatlıkla ifade edebilmesinin önüne geçilmemesi açısından herhangi bir müdahale gerçekleştirilmemiştir. Ö3 genellikle Erzurum’daki büyük otellerin yöneticilerini ya da çalışanlarını diğer turizm merkezlerinden transfer ettiğini bildiği için bu tarz bir yorumda bulunmuştur. Turizm emek yoğun bir sektör olması dolayısıyla özellikle yerel halk açısından büyük bir istihdam ve gelir kaynağı olarak görülmektedir. Bu da turizmin en olumlu etkilerinden biridir. Ancak Erzurum’da sürekli bir şekilde dışarıdan personel alımı bu etkiyi olumsuz çevirmektedir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, tüm paydaşların çevre yönetimine ilişkin sorulara olumlu yanıtlar verdiği söylenebilir. Özellikle üçüncü soruya sadece bir paydaş olumsuz yanıt vermiştir. Kış turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olan Erzurum ilindeki turizm sektörü paydaşlarının çevre yönetimine ilişkin olumlu algılara sahip olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Erzurum iklimi dolayısıyla kış turizmine en elverişli alpin destinasyonlardan biridir. Özellikle kar kalitesi, kış sezonunun uzunluğu ve doğal kayak alanları turistleri destinasyona çeken önemli rekabetçilik faktörleridir (Akkuş, 2016, s.231). Ancak bu faktörlerin sürdürülebilirliği hususunda destinasyonda etkin çevre yönetimi uygulanmadığı gözlenmektedir. Bu savdan yola çıkarak, turizm sektörü paydaşlarının konuya ilişkin düşünce ve fikirlerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında Erzurum ili için önemli bir rol üstlenen turizm sektörü paydaşları ile görüşülmüştür.

Kış aylarının ve kayak dönemlerinin oldukça uzun olduğu Erzurum, komşu ülkelere yakın destinasyonlar içerisinde doğal güzelliği bozulmamış ender kış turizmi merkezlerinden biri olması sebebiyle özellikle yabancı turistleri önemli ölçüde etkilemektedir. Bununla birlikte sahip olduğu geleneksel ve kültürel çekicilikler Erzurum'un otantikliğini arttırmakta ve sunulan etkinlikler ile bu avantaj desteklenmeye çalışılmaktadır. Bu sebeple Erzurum'un sahip olduğu kaynakları turizme fayda sağlayacak yönde ama sürdürülebilirliğini göz ardı etmeden kullanması gerekmektedir (Akkuş, 2016, s.233). Bunun için öncelikle yerel halkın kültürü ve değerleri ile uyumu koruyarak destinasyonun doğal fizyografisinden yararlanmaya yönelik faaliyetler geliştirilmelidir. Örneğin doğa temelli bir destinasyon bu güç üzerine inşa edilmiş faaliyetleri geliştirerek cazibesini güçlendirmelidir. Tarihi ya da kültürel bir destinasyon ise yaratıcı bir şekilde bu çekiciliğinin temelini güçlendirmeye yönelik faaliyetleri belirlemeli ve geliştirmelidir (Ritchie ve Crouch, 2003, s.69).

Türkiye'de master planla projelendirilmiş ilk kış sporları merkezi topluluğuna sahip olan Erzurum, kent merkezi ve yakın çevresinde, Palandöken dağları, Erzurum boğazı mevki, Gez yaylası ve Konaklı bölgesi olmak üzere birçok kış ve spor turizm merkezini barındırmaktadır (Toy, Eymirli ve Karapınar, 2010, s.3). Palandöken dağlarında Türkiye'de ilk olarak planlı kış turizmi ve kış sporları için mekân düzenleme çalışmaları yürütülmüştür (Kırzioğlu, 1993, s.44). Erzurum boğazı mevki ise, genelde Palandöken kayak merkezi olarak bilinse de, bu alan Palandöken dağları üzerinde bulunan Ejder tepesi ve çevresini içine almaktadır. Bu alanda bulunan kayak merkezi, Erzurum kent merkezine 5 km uzaklıkta olup, yılda 150 günden fazla karla örtülüdür. Erzurum boğazı mevki ve Gez yaylasına nazaran Konaklı bölgesi kış sporları açısından daha elverişli olup, alanın topoğrafik görünümü Alplere benzemektedir. Derin olmayan bir vadi boyunca uzanan eğimli yamaçlar grubu çok sayıda mekanik tesis ve piste uygundur. Erzurum Winter Universiade (EWU) 2011 oyunları dolayısıyla bu bölgeye Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü tarafından birçok yatırım yapılmıştır. Özel sektörün otel yatırımı yapması içinde 114.000 m² alan ayrılmıştır (Toy vd., 2010, s.2-5). Ancak 2011 yılında yapılan oyunlara dair yatırımlar günümüze değin herhangi bir konaklama işletmesi ile desteklenmemiştir. Aksine Palandöken dağlarına konuşlanmış birçok yıldızlı otel olmasına rağmen, günümüzde bu alana yapılan konaklama işletmesi yatırımlarının devam ettiği görülmektedir. Bununla birlikte 2016 yılında "Ejder 3200" sloganıyla bir tanıtım ve pazarlama faaliyeti yürütülmüştür. Ejder tepesi de yine Palandöken dağları üzerinde bulunmaktadır. Devam eden yatırımların hala Palandöken dağlarına yönelik olması özellikle doğal kayak alanları ve pistleri ile öne çıkan bu mevkiinin zamanla yıpranmasına ve taşıma kapasitesini aşmasına sebebiyet verebilir. Bu sebeple özellikle Alplere benzerliği ile dikkat çeken Konaklı bölgesine yapılacak yatırımlar taşıma kapasitesinin doğru bir şekilde analiz edilmesine ve etkin bir ziyaretçi yönetimine olanak sağlayacaktır. Bununla birlikte Palandöken dışına yapılacak yatırımlar ile çevrenin bozulması ve tahrip oranının artmasının da önüne geçilecektir.

Erzurum'un temel turistik çekiciliği kış turizmi olsa da, destinasyon geliştirilirken yerel halkın geleneksel kültürü ve tarihi değerlerinin korunması da bir o kadar önemlidir. Erzurum çok çeşitli maddi kültür mirasına ev sahipliği yapmaktadır. Bunlar içerisinde tarih boyunca halkın yaşayışını simgelemesi açısından geleneksel Erzurum evleri önemli bir yer tutmaktadır. Sınırlı sayıda olan bu evlerin tescillenmesi ve koruma altına alınması tarihi değerlerin gelecek nesillere aktarılabilmesi ve toplumun kültürel değerlerinin kaybolmaması açısından oldukça önemlidir. Evlerin müze, restoran ya da konaklama işletmesi olarak turizme kazandırılması ise hem kültürün sürdürülebilirliğini sağlayacak hem de şehre ekonomik anlamda katkı sunacaktır. Şu an Erzurum'a gelen tüm yerli ve yabancı turistlerin ilk ziyaret ettiği yerlerden biri *Erzurum evleri* adını taşıyan bir turizm işletmesidir. Bu

işletme bir girişimci tarafından 340 yıllık geleneksel yedi Erzurum evinin onarılması ve restorasyonu sonucu ortaya çıkmıştır. Şehrin olumlu imajına büyük katkı sağlayan bu işletme her gün yerli ve yabancı birçok ziyaretçiyi kabul etmektedir. Bu sayede halk için bir geçim kaynağı olması yanı sıra, geleneksel evlerin korunmasında da büyük bir rol üstlenmektedir. Bununla birlikte yöre halkını tarihi kimliğini koruma konusunda bilgilendirmek ve bilinçlendirmek oldukça önemlidir. Ancak bu sayede gerçek bir çevre yönetimi sağlanabilir.

Turizmde fotoğraflar, turist deneyiminin ve destinasyonun sunum sürecinin anlaşılmasında sıklıkla kullanılmaktadır (Sangsue, 2014, s.243). Özellikle kış turizminde etkin bir destinasyon olan Erzurum'da sezon içerisinde Palandöken dağlarından çekilen tüm fotoğraflarda şehir merkezinin üzerinde bir sis bulutunun olduğu görülmektedir. Bu durum hava kirliliğinin bir sonucu olup, yerel yönetimlerin bu konudaki tedbirleri arttırması gerekmektedir. Çünkü turistlerin çektiği tüm manzara fotoğraflarında görülen kirlilik hem olumsuz bir imaj yaratmakta hem de çevre yönetiminin ne kadar ihmal edildiğini gözler önüne sermektedir. Erzurum'da yürütülecek çeşitli çevre yönetimi faaliyetleri ile tüm bu olumsuzlukların önüne geçilebilir.

Bu araştırma Erzurum ilinde bulunan turizm sektörü paydaşları ile sınırlandırıldığı için gelecekte yapılacak çalışmalarda Erzurum ilçelerindeki yerel yönetimler başta olmak üzere özel sektör paydaşları ile birlikte tüm ili kapsayacak bir araştırma yapılabilir. Özellikle 2016 yılında Türkiye'nin 11. sakin şehri (*Cittaslow*) ilan edilen Uzundere ilçesinde gerçekleştirilecek araştırmalar da çevre yönetimine ilişkin farklı çıktılar elde edilebilir. Bununla birlikte turistler destinasyon yönetiminin bir parçası olduğu halde pek dikkate alınmadığı için Pearce ve Schänzel'in (2013) çalışmasında olduğu gibi turistler ile derinlemesine görüşmeler de eklenebilir. Ayrıca bir diğer nitel teknik olan odak grup görüşmesi yoluyla tüm paydaşlar bir araya getirilerek daha etkileşimli bir süreç sonucu Erzurum'un çevre yönetimine ilişkin daha kapsamlı öneriler geliştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Akkuş, G. (2016). Destinasyon rekabetçiliği için deneyimsel turizm: Turist perspektifinden bir değerlendirme, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Alvarez Gil, M. J., Burgos Jimenez, J. ve Cespedes Lorente, J. J. (2001). An analysis of environmental management, organizational context and performance of Spanish hotels, *Omega-The International Journal of Management Science*, 29, 457-471.
- Arslan, E. ve Emeksiz, M. (2016). Konaklama işletmelerinde çevre yönetimi konusunun bibliyometrik profili ve gelecek çalışmalar için öneriler, *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 1-12.
- Aykan, E. ve Sevim, B. (2013). Konaklama işletmelerinde çevre yönetimi uygulamaları ve algılanan kurumsal itibar üzerindeki etkisi: Kayseri ve Nevşehir otelleri üzerinde bir araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 93-113.
- Baykal, T. (2010). Türkiye'de çevre yönetim sisteminin yerel örgütlenmesi, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 476-492.
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development, *Tourism Review*, 62(2), 6-13.
- Dwyer, L. ve Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators, *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Emeksiz, M. (2007). Küçük otel işletmeleri ve çevre yönetimi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18), 141-156.
- Geray, C. (1998). Yerel Yönetimler ve Çevre, *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 7(3), 57-64.
- Groselj, P. ve Stirn, L. Z. (2015). The environmental management problem of Pohorje, Slovenia: A new group approach within ANP - SWOT framework", *Journal of Environmental Management*, 161, 106-112.
- Hajkowicz, S. A. (2008). Supporting multi-stakeholder environmental decisions, *Journal of Environmental Management*, 88, 607-614.

- Heck, N. Dearden, P. McDonald, A. ve Carver, S. (2011) Stakeholder opinions on the assessment of MPA effectiveness and their interests to participate at Pacific Rim National Park Reserve, Canada, *Environmental Management*, 47, 603-616.
- Kangas, A., Saarinen, N., Saarikoski, H., Leskinen, L. A., Hujala, T. ve Tikkanen, J. (2010). Stakeholder perspectives about proper participation for Regional Forest Programmes in Finland, *Forest Policy and Economics*, 12, 213-222.
- Kırzioğlu, I. (1993). Palandöken dağları kış turizmi planlaması çerçevesinde doğa onarımı, *Ekoloji Dergisi*, 3(9), 44-47.
- Liu, J., Ouyang, Z. ve Miao, H. (2010). Environmental attitudes of stakeholders and their perceptions regarding protected area-community conflicts: A case study in China”, *Journal of Environmental Management*, 91, 2254-2262.
- Lu, J. ve Schuett, M. A. (2012). Examining the role of voluntary associations in environmental management: The case of the Sam Houston National Forest, *Environmental Management*, 49, 334-346.
- Mihalic, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness, *Tourism Management*, 21, 65-78.
- Nemli, E. (2001). Çevreye duyarlı yönetim anlayışı, *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 23-24, 211-224.
- Özdemir Yılmaz, G., Özok, O. ve Erdem, B. (2016). Konaklama işletmelerinde çevre dostu uygulamalar: Bodrum örneği, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 180-197.
- Pearcea, D. G. ve Schänzel, H. A. (2013). Destination management: The tourists’ perspective, *Journal of Destination Marketing & Management*, 2, 137-145.
- Reed, M. S. (2008). Stakeholder participation for environmental management: A literature review, *Biological Conservation*, 141, 2417-2431.
- Ritchie, J. R. B. ve Crouch, G. I. (2003). *The competitive destination-A sustainable tourism perspective*, UK: CABI Publishing.
- Sánchez-Medina, P. S., Díaz-Pichardo, R. ve Cruz-Bautista, M. (2016). Stakeholder influence on the implementation of environmental management practices in the hotel industry, *International Journal of Tourism Research*, 18, 387-398.
- Sangsue, P. (2014). Destination confusion: A photo elicitation study on brand confusion in tourism destinations. İçinde S. McCabe (Ed.). *The routledge handbook of tourism marketing* (ss. 239-248). Oxon & New York: Routledge.
- Tang, Y. H., Amran, A. ve Goh, Y. N. (2014). Environmental management practices of hotels in Malaysia: Stakeholder perspective, *International Journal of Tourism Research*, 16, 586-595.
- Teng, C.-C., Horng, J.-S. ve Hu, I.-C. (M.) (2015). Hotel environmental management decisions: The stakeholder perspective, *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 16(1), 78-98.
- Toy, S., Eymirli, E. B. ve Karapınar, M. (2010). Erzurum Konaklı bölgesi kış turizm merkezi raporu, (Turizm raporları No: 2), Erzurum: Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı (KUDAKA).
- Ünlü, H. (1991). *Yerel yönetim ve çevre*, İstanbul: IULA.
- Vellecco, I. ve Mancino, A. (2010). Sustainability and tourism development in three Italian destinations: Stakeholders' opinions and behaviours, *The Service Industries Journal*, 30(13), 2201-2223.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*, Genişletilmiş 10. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YÖRESEL YEMEKLERİN BÖLGE RESTORANLARINDA KULLANILMA DURUMU: MENGEN ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Özkan ERDEM
Akdeniz Üniversitesi Göynük Mutfak
Sanatları MYO Aşçılık Programı
zkanerdem@gmail.com

Metin MIZRAK
Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD
metinmizrak@gmail.com

Öğr. Gör. Ali Kemal KEMER
Abant İzzet Baysal Üniversitesi Mengen MYO Aşçılık Programı
akkemer@hotmail.com

Özet

Bir destinasyonu ziyaret eden turistlerin gezmek, görmek, eğlenmek gibi aktivitelerin yanı sıra gittikleri bölgedeki yöresel yemekleri tatmak istedikleri görülmektedir. Özellikle son yıllarda gastronomiye olan ilginin artmasıyla birlikte yerli turistlerin yanı sıra Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin de uluslararası mutfaklardan ziyade yöresel mutfağa ait yemekleri denemek istedikleri gözlemlenmektedir. Konaklama işletmeleri ve yiyecek içecek işletmeleri müşteri memnuniyetini daha üst seviyelere çıkarabilmek için bu artan talebi karşılama eğilimine girmişlerdir. Bu nedenle işletmelerin son dönemlerde yöresel lezzetlere menülerinde daha fazla yer verme eğilimlerinde oldukları görülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı; kırsal bir destinasyon olan Mengen' in mutfağına ait yöresel yemeklerin Mengen'de faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde ne oranda yer verildiğini ve yöresel yemeklerin unutulma durumunun tespit edilerek gün yüzüne çıkarılmasını sağlamaktır. Araştırma Bolu ili Mengen ilçesinde yiyecek içecek hizmeti veren sekiz işletmede gerçekleştirilmiştir. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılarak yüz yüze görüşme tekniği kullanılacaktır. Elde edilen veriler betimsel analize tabi tutularak yorumlanmıştır.

Anahtar kelimeler: Yöresel mutfak, Yöresel yiyecek, Yöresel yemek, Mengen Mutfağı.

REGIONAL CUISINE IN THE RESTAURANTS OF THE REGION ARE USED STATUS: CASE OF MENGEN

Abstract

Tourists who visiting a destination seem to want to taste local food in the region besides activities like sightseeing, having fun. Especially with the increasing interest in gastronomy in recent years, it is observed that foreign tourists who visit our country as well as domestic tourists want to try dishes of regional cuisines from international cuisines. Accommodation businesses and food and beverage businesses have tended to meet this increasing demand in order to achieve higher levels of customer satisfaction. For this reason, it is observed that the enterprises have recently been giving more tastes to regional flavors in menus. The main purpose of this study is to determine the rate of local foods presentation in local restaurants. Awareness of local food has been researched and forgotten values about that local foods have been brought the light. The research will be carried out in 8 establishments that provide catering services in the province of Mengen in Bolu province. Face-to-face interview techniques will be used in the research by using qualitative research methods. The resulting data will be subjected to content analysis.

Key words: Local cuisine, Local food, Mengen Cuisine.

1. GİRİŞ

Bir yerin turizm bölgesi olabilmesi için turizm ürününü oluşturan; çekicilik, ulaşılabilirlik, etkinlikler, turizm işletmeleri ve imaj gibi özelliklere sahip olması gerekmektedir. Turizm bölgesini oluşturan bu unsurlar turizmden bağımsız ve turizme bağımlı unsurlar olmak üzere iki bölümde incelenmektedir. Bağımsız unsurlar kendi içerisinde doğal özellikler, çeşitli değerler, etkinlikler ve altyapıdan

oluşmaktadır. Turizme bağımlı unsurlar ise doğrudan turizm ürününü üreten ve sunan kurum ve kuruluşlardan meydana gelmektedir. Bu kuruluşlar; kamu yönetiminin turizme yönelik hizmetleri, ulaştırma kuruluşları, konaklama gereksinimi sağlayan işletmeler, özel mallar ve hizmetler üreten ve pazarlayan işletmeler, pazarlama ve tanıtım kuruluşları, turizmi destekleyen kuruluşlar olarak sıralanabilir (Kozak, 2006, s.141-142).

İnsanlar sosyal varlık olduklarından, yemek yeme yalnızca biyolojik gereksinimlerin karşılandığı bir olgu değil; aynı zamanda insanların birbirleriyle kaynaştıkları, sohbet ettikleri, eğlendikleri, sevinç ve üzüntülerini paylaştıkları, kutlamalar yaptıkları ve böylece sosyal gereksinimlerini karşıladıkları bir olgudur. Farklı toplumlar, farklı kültürlerle sahiptirler. Bu nedenle her toplum için ayrı bir kültürel yapı gösteren mutfak, insanların beğenileri doğrultusunda geliştirdikleri, çağlar öncesinden günümüze yansıyan ve bilimsel katkılarla desteklenen bir sanattır (Çiğirim 2001). Bir milletin kültür temelini ve özelliğini oluşturan maddi ve manevi değerler arasında mutfakın önemli bir yeri vardır. Coğrafi konum, üretim biçimleri, tarihsel gelişim, ekonomik ve kültürel ilişkiler, inanç yapıları ve etnik durum, yöresel beslenme anlayışının oluşumunda rol oynayan etmenler olup, bunlar beslenme farklılıkları ya da benzerliklerini oluşturmaktadır (Üçer ve Peşken 2001). Bir toplumun beslenme kültürü, yaşam şekli ile de ilgilidir. Yaşam biçiminin değişmesi, beslenme kültürünün de zamanla değişmesine neden olmaktadır. Ancak toplumdan topluma, yöreden yöreye farklılıklar göstermektedir (Oğuz,1990; Tekgül ve Baykan,1993; Şanlıher ve Arıkan, 2001, Baysal 1993; Şanlıher, Cömert ve Durlu-Özkaya, 2013; Akan, 2007).

Özellikle son yıllarda çevre ve sağlıklı beslenmenin önemli hale gelmesiyle birlikte yöresel gıdalara ve yöresel yemeklere eğilim de artmıştır. Yerel ekonomiler de müşteriler için gıda çeşitliliğini sağlama arayışına girerken tüketicilerde satın almış oldukları gıdaların sağlıklı ve sürdürülebilir olmasını istemektedir. Bu sebeplerden dolayı müşteriler yöresel yemeklere yönelmektedir (Lang vd., 2014:1809). Amerika Tarım Ekonomisi Dergisine göre Ohio'daki müşterilerin(477) yöresel gıda için %30 daha fazla ödemeye istekli olduğunu tespit edilmiştir (Giovannucci vd., 2014:94). Birleşmiş Milletler (BM) Dünya Seyahat Örgütü'ne göre, dünya turizm gelirleri içerisinde yeme-içme harcamalarının payı %30 seviyesindedir. Turistlerin yüzde 88.2'si "seyahat için destinasyon seçme kararında yemek çok önemli" derken sadece yüzde 11.8 gibi küçük bir kesim "yemek, destinasyon seçimlerimde küçük bir role sahip" cevabını vermektedir (TURSAB, 2015). Turizm destinasyonu içerisindeki yöresel mutfaklara turistlerin ilgisinin artmasıyla birlikte bu alanda akademik çalışmalar yürütülmeye başlanmış ve yöresel lezzetler, beslenme alışkanlıkları, gıda bilimi gibi konular turizm endüstrisinde önem kazanmıştır (Çalışkan, 2013: 39).Çalışma kapsamında Mengen' de faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri yöneticilerinin yöresel yemekler hakkında bilgi sahibi olma durumları ve işletmelerinde yöresel yemek kullanım durumları araştırılmıştır.

2. YÖRESEL MUTFAK KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ

Yöresel mutfak kavramına değinmeden önce yöresel yiyecek /gıda ve yöresel yemek kavramlarına değinilecektir. Çünkü yöresel mutfak kendi içerisinde yöresel yemekleri ve yöresel yiyecekleri barındırmaktadır. Bu kavramlar birbirinden ayrı düşünülemez. Yöresel gıda ya da yiyecek ile ilgili tek bir tanım bulunmamaktadır. Müşteriler için yöresel gıdaların coğrafi odaklı tanımdan ziyade yerel ekonomileri destekleme, tazelik ve izlenebilir olması daha önemlidir. Yani yiyeceklerin uzaklıklarından ziyade taze olması, yerel ekonomiyi desteklemesi önemlidir (Giovannucci vd., 2014:95-97). Yapılan çalışmalarda yöresel yiyecekleri tanımlamak ve bu alandaki boşluğu doldurmak amaçlanmaktadır (Inwood vd.,2009:183). Inwood ve arkadaşlarına (2009:183)göre en basit tanımıyla yöresel gıda, o bölgede yetiştirilen ürünler anlamına gelir. Duram ve Cawley'e (2012) göre yöresel yiyecek kavramı kaynağından 100 km (60 mil) uzaklıkta bulunan, üretilen yiyecekler olarak tanımlanmıştır. ABD hükümetine göre yöresel yiyeceğin tanımı "Nihai ürünün pazarlandığı bölge, ürün kaynağında toplam 400 mili geçmeden taşınması" olarak belirlenmiştir (Lang vd., 2014:1809).Ürün menşeinin iyi bilinmesi, o topraklarda yetişen bölgesel ya da yöresel ürünün kalite, değeri ve diğer özellikleri aslında coğrafi kökene dayanmaktadır (Giovannucci vd., 2014:94). Bir diğer tanımda ise "Yöresel yiyecek; yöresel bölgede üretilen veya yetiştirilen veya yöresel bir kimliğe sahip

yöresel özellikli yiyecek veya içecek” olarak tanımlanmaktadır (Çulha ve Kalkan, 2015).Tanımların bazılarında coğrafi konuma vurgu yapılırken, bazılarında ise uzaklık daha ön plana çıkmaktadır.

Zengin bir mutfak kültürüne sahip olmak toplumlarda önemli bir avantaj sağlamaktadır. Türk mutfağı da dünyada üç önemli mutfaktan biri olarak tanınmaktadır. Türkiye’de bölgesel farklılıklardan dolayı farklı yemek türlerini bulmak mümkündür. Özellikle yaşanan bölgenin iklimi, elde edilen tarımsal ürünler, o bölgenin mutfak kültürünü ve çeşit zenginliğini şekillendirmeye katkı sağlamaktadır. Böylece hem bulunduğu yörenin özelliklerini yansıtan hem de sadece o yöreye has olan yemekler bütünü olarak tanımlanan yöresel mutfak kavramının oluşmasını sağlamıştır (Baran ve Batman, 2013; Cömert, 2014). Toksöz ve Aras’a (2016) göre yöresel mutfak, bir bölgenin veya yörenin sahip olduğu yiyecek ve içeceklerin yanı sıra bu yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, tüketilmesi, saklanması ve servis edilmesine ilişkin yöntemler, sunumunda kullanılan araç ve gereçler, mutfağın konumu, mimarisi, yemek törenleri ve bu çerçevede geliştirilen inanç ve uygulamalarından oluşan kendine özgü kültürel bir yapıyı ifade eden bir kavramdır. Yöresel yiyecek; yöresel bölgede üretilen veya yetiştirilen veya yöresel bir kimliğe sahip yöresel özellikli yiyecek veya içecek olarak tanımlanmaktadır (Çulha ve Kalkan, 2015). Bir yöreye ait kültürü ve kimliği diğerlerinden ayıran önemli unsurlardan biri o yörenin mutfağıdır (Long, 2004:24).Yemeklerin yöre halkı tarafından bölgeye özgü sunum teknikleriyle sunulması yöresel yemeklerin en önemli özelliğidir. Bu durum diğer mutfaklar arasındaki farklılığı ortaya koymaktadır (Güler, 2010:24). Yöresel mutfak kültürün bir parçasıdır ve var olan kültüre göre şekil almaktadır. Bu nedenle dünyadaki kültür çeşitliliği aynı zamanda farklı yemek kültürü ve mutfak kültürlerinin de oluşmasını sağlamaktadır (Toksöz ve Aras, 2016). Yöresel mutfak varlığını belirli bir alan içerisinde sürdürmektedir. Yöresel mutfak içerisindeki yöresel yemekler yörenin gelenek, görenek ve alışkanlıklarını, ekonomik olanaklarını, kendine özgü yemek hazırlama ve sunum şekillerini kapsamaktadır (Cığırım, 2001).

Yöresel yemekler menüdeki diğer yemeklere göre daha çok tercih edilmektedir. Bu nedenle yöresel yemek sunan işletmeler diğer işletmelere oranla daha çok tercih edilmektedir. Daha çok tercih edilmesinin nedeni ise yöresel yemeklerin turistler açısından merak uyandırıcı olmasıdır (Aslan vd., 2014). Kırsal kesimde yaşayanlar genellikle o yörede yetişen yiyeceklerden hazırlanmış yöresel yiyecekler tüketmektedir. Çünkü yöresel yiyeceklerin daha lezzetli ve daha kaliteli olduğu düşünmektedirler. Bu sebepten yöresel yiyecekleri satın almada en önemli faktörler tat ve sağlıklı olmasıdır (Feldmann ve Hamm,2015:159). Ankara Ticaret Odası ve Ankara Patent Bürosu tarafından yapılan bir araştırmada “Türkiye’nin Lezzet Haritası” ortaya konmuştur. Türkiye’nin 81 ilini kapsayan bu haritaya göre, 2205 çeşit yöresel yiyecek ve içecek çeşidiyle Türkiye gastronomi turizmine geniş yer ayırabilecek lezzetli tatlılara sahip bir ülke olduğu sonucuna varılmıştır. Türkiye’nin en zengin mutfağına sahip ili; 291 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı çeşidiyle Gaziantep olarak belirlenirken, 154 çeşit yiyecek, içecek ve tatlı çeşidiyle Elazığ ikinci en zengin mutfağına sahip olan il olarak belirlenmiştir. Bölgeler arasında ise, 455 yiyecek-içecek çeşidiyle İç Anadolu ilk sırada; 398 yiyecek-içecek çeşidiyle Güneydoğu Anadolu Bölgesi ikinci sırada; 397 çeşit yiyecek-içecek çeşidiyle Karadeniz Bölgesi üçüncü sırada yer almaktadır. Akdeniz ve Marmara Bölgesi 184 çeşit, Ege Bölgesi ise, 162 çeşit yiyecek ve içeceğe sahip olduğu tespit edilmiştir (Durlu-Özkaya, Can, 2012).

2.1. Yöresel mutfağın gastronomi turizmi ve destinasyon için önemi

Turistlerin bir ülkeyi ziyaret etmelerinde rol oynayan en önemli faktörlerden birinin o ülkenin mutfak kültürünü tanıma isteği olduğu bilinmektedir. Her ülkenin mutfak yapısı incelendiğinde, yiyeceklerin hazırlanması, pişirilmesi, kullanılan araç-gereçler farklı özellikler göstermektedir. Türkiye’de bölgeler arasında farklı yemek türlerini bulmak mümkündür. Özellikle yaşanan bölgenin iklimi ve yetiştirilen sebze ve meyveler o bölgenin mutfak kültürünü ve çeşit zenginliğini etkilemektedir. Bu farklılıklar iller arasında bile değişiklikler gösterebilmektedir (Pekyaman,2008, s.19). Günümüzde turizm hareketlerinde, kültürel ve geleneksel değerler önem kazanmış ve turist tercihleri yerel değerlerine sahip çıkan destinasyonlara doğru yönelmeye başlamıştır (Sünnetçioğlu, Can, Özkaya, 2012, s.959). Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin de Türk Mutfak Kültürü’nü tanımak ve denemek istedikleri belirtilmektedir (Pekyaman, 2008, s.19).

Bir bölgenin yerel mutfak kültürünü farklı insanlara tanıtmak ve farklı bölgelerden insanlarla etkileşim halinde olmak günümüzde alternatif turizm türlerinden biri olarak görülen gastronomi turizmi ile mümkün olabilmektedir (Kodaş ve Dikici 2012: 55). Gastronomi turizmi, günümüz itibarıyla dünyada gelişme gösteren turizm türlerindedir. Bu yönde yapılan çalışmalar sonucunda, yöresel ürünler ön plana çıkartılarak geliştirilme çabası içinde bulunan bölgeler diğerlerine göre farkındalık yaratarak tanınmışlıklarını artırabilmektedirler. Kültür öğelerinden biri olan gastronomik çeşitlilik turistik ilgi unsuru olduğu bölgede yemek yapma ve yeme alışkanlıklarının korunmasını ve gelişmesini sağlamıştır. Yemek yeme aktivitesi bazı kültürlerde olağan olabilirken bazı toplumlarda farklı anlamlar yüklenerek daha ruhani bir hale büründürülebilmektedir. Bu farklılıklar insanlarda merak uyandırmakta ve yemeklerle ilgili bazı tabuları yıkmaya hissi oluşturmaktadır. Bunun sonucunda da insanlar farklı lezzetlerin olduğu yörelere doğru seyahat etmektedirler. Bu lezzetleri tatma isteği günümüzde artış göstermekte söz konusu olan yemeklerin üretim süreçlerinin başından sonuna kadar incelenmesi ve bu üretim sürecinde kullanılan maddelerin sadece o yöreye ya da bölgeye özgü olması, bu bölge dışında dahi aynı üretim yapılsa bile aynı damak tadını veremeyeceği konusunda bilgiler sunularak bölgenin çekiciliğinin artırılması gerekmektedir. Bununla birlikte bölge ya da yörenin tercih edilmesinde önemli rol oynayacağı düşünülmektedir (Yüncü,2010: 28).

Gastronomi turizmi, Türkiye’de de birçok destinasyon açısından önem taşımaktadır. Dünyanın en zengin mutfakları arasında yer alan Türk Mutfağı, doğru bir konumlandırma ve yaratılacak çekici bir imajla, destinasyonların markalaşmasına büyük katkılar sağlayacaktır (Güzel,2009, s.28). Turistik bir destinasyonda sunulan yöresel yemekler ve yörenin kültürü turistlerin seyahat etmesini sağlayan çok önemli bir çekicilik unsurudur (Hacıoğlu, Girgin ve Giritlioğlu, 2009). İnsanları seyahat etmeye teşvik eden etkenler içinde, bir ülkenin mutfak kültürü de yer almaktadır. Batı Avrupa’da satın alma gücü yüksek olan kişilerin İtalya’nın Toscano bölgesine, keçi peyniri ile şarap içmeye gitmeleri, İtalya’nın Portofino & Cinque Terre bölgelerine yapılan şarap ve gurme turları, Tuscany’deki açılış tatilleri, Fransa’da düzenlenen ve turistlerin bir şarap bölgesini tanımak, üzüm/şarap tatmak veya şarap festivaline katılmak gibi nedenlerle yaptıkları seyahatleri kapsayan “şarap turizmi” (eko tourism/ wine tourism) ve Bordoux’un şarap tatma turları insanların bir ülkenin ya da bir bölgenin yemeklerini tadabilmek için, kilometrelerce yolu göze alıp gittiğinin en büyük kanıtıdır(Aslan vd. 2014).

Mutfak ve mutfak kültürü, turist için destinasyon tercihinde en çok ilgi duyulan çekicilik unsuru olmaktadır. Bir ülkedeki bir bölgenin hatta bir yörenin özgün yemeği, özgün lezzeti turizm gastronomisi için önem taşımaktadır(Küçükaltan, 2009). Bir destinasyonun sahip olduğu yöresel yiyecekler o bölgenin destinasyon olarak seçilmesi açısından önemlidir. Hu ve Ritchie (1993) çalışmalarında bir destinasyonun sahip olduğu yemeklerin, o destinasyon açısından iklim, konaklama ve manzara’dan sonra dördüncü önemli faktör olduğunu tespit etmişlerdir. Enright ve Newton (2005) ise turistler açısından yöresel yiyecek faktörü Hong-kong için ikinci, Bang Kok için dördüncü, Singapur için ise beşinci çekicilik unsuruna sahip olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır. Üner vd, (2006) ise yurtdışındaki potansiyel hedef kitlelerin İstanbul’u bir destinasyon olarak değerlendirmelerine ilişkin yapmış oldukları çalışmalarında yöresel mutfağı beşinci önemli unsur olduğu sonucunu tespit etmişlerdir. Diğer taraftan bakıldığında ise yiyecekler bir kişinin seyahati esnasında en neşeli aktivitelerden birisini oluşturur ve yiyecekler turistler açısından harcama oranlarını en az düzeyde kısımlayacağı hizmettir. Yemek ziyaretçilerin yeni ve egzotik yerleri tanımada en iyi yollardan birisidir. Başka bir ülkeyi ziyaret eden insanların beklentileri arasında yeni yerler görmenin ve yeni kültürleri tanımının yanı sıra yeni tatlarla tanışma ve farklı tecrübeler yaşama arzusu da yatmaktadır. Seyahat ederken turistlerin tamamı için yemek, en büyük üç favori turistik faaliyetten birisidir (Durlu Özkaya ve Cömert, 2014). Ülkemizde yöresel yemek kültürü bölgelere özgü oldukça farklı ve zengin seçenekler sunduğundan, yerli turistlerin yanı sıra yabancı turistler için de bu otantik lezzetler önemli bir çekim noktası oluşturmaktadır (Soner, 2013).

2.2. Mengen mutfak kültürü

Aşçılarıyla ünlü Mengen, iki beldesi ve 55 köyüyle, coğrafi özelliklerinden dolayı, Türk halk kültürünün canlı olarak yaşandığı ve yaşatıldığı ve geleneklerin devam ettirildiği özel alanlardan birisidir. Bölgenin dağlık olması, iklimin sert olması, şehre uzaklık ve ticaret merkezlerine olan mesafe tarihten gelen kültürün korunmasına neden olmuştur(Çelik, 2010).

Mengen mutfak kültürünün Mengenli aşçıların Türk mutfağındaki konumu itibariyle kendine has bir özelliği vardır. Eline bıçak alan herkes baba mesleği olan aşçılığı daha ileriye taşıma çabasında olması Mengenli aşçıları diğerlerinden ayırmaktadır. Babadan - oğula geçen bu miras çağlar boyunca önemini korumuş yerel kültürün korunmasında ve uygulanmasında önemli rol oynamıştır. Mengen'in kendi yöresel mutfağının oluşmasında aşçıların büyük rolü olmuştur. Mengen mutfak kültürü ile çevresindeki il ve ilçelerin mutfak kültürü benzerlik göstermektedir. Bu benzerliğin nedeni, Mengen ilçesinin tarih boyunca diğer yerleşkeleri birbirine bağlayan köprü görevi üstlenmesidir. Mengen mutfak kültürü ve yemeklerinin özelliklerini verdiği zenginlikle incelemek gerekir. Yıllar boyu süren değişim ve etkileşimler sebebiyle Mengen mutfağına özgü yemekler unutulmaya yüz tutmuş olsa da yemeklerin bir bölümü günümüzde hala yapılmakta ve güncelliğini korumaktadır. Mengen yöresindeki kadınların mutfak konusunda tutucu olması yüzlerce yıldır oluşan bu kültürel birikimin günümüze kadar akışını sağlamıştır. Mengen yemekleri el becerisi ve zaman isteyen zahmetli bir mutfağa sahiptir. Hayvancık yöre halkının geçim kaynağı iken tarım ve hububata bağlı ekonomi de Mengen mutfağının oluşmasında önemli bir etkidir(Arman, 2011).

2.3. Yöresel yemeklerin yiyecek içecek işletmelerinde kullanıma durumuna ilişkin yapılan çalışmalar

Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengül (2013) tarafından yapılan “Yöresel Yemeklerin Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri Gelveri Örneği” adlı çalışmada; bölge işletmelerinde yerel unsurlara yer verilmediği sonucu ortaya çıkmıştır. Kırsal turizm işletmelerinde sadece yöresel yemeklerin üretilip sunulması değil, aynı zamanda yerel malzemelerde yemeklerin üretim aşamalarında kullanılması gerektiği ifade edilmiştir.

Kızılırmak, Albayrak ve Küçükali (2014) yapmış oldukları “ Yöresel Yemeklerin Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği” adlı çalışmada; Uzungöl’ de bulunan restoranların oldukça önemli bir bölümünün menü kartlarında yöresel yemeklerin gösterildiği bölümlerin bulunmadığı vurgulanmıştır.

Şengül ve Türkay (2015) yapmış oldukları “ Bölge Restoran Mönülerinin Belirlenmesinde Yöresel Mutfaklar Eğitiminin Kullanılması: Mudurnu Örneği” adlı çalışmada; bölgede bulunan konak ve restoran işletmelerinin menülerinin ilçe yöresel lezzetleri ile zenginleştirilmesi, bölge yöresel lezzetlerinin standart hale getirilmesi ve paydaşlarla yapılan anketler ile sunulan bölgeye has yöresel lezzetlerin hangilerinin mönülerde yer alması gerektiği belirlenmiş olup, konak ve restoran işletmelerine çeşitli öneriler getirilmiştir.

Çokişler ve Türker (2015) yapmış oldukları “Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği” adlı çalışmada; yörede faaliyet gösteren restoran yöneticilerinin, mutfak kültürünün turizm amaçlı kullanımının önemini yeterince farkında olmadıklarını ve bölgedeki turist sayısındaki artışa bağlı olarak yöresel mutfağın sunumlarında yozlaşmaların yaşandığını ifade etmişlerdir.

Mil ve Denk (2015) yapmış oldukları “Erzurum Yöresel Ürünlerinin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyleri: Palandöken Örneği” adlı çalışmada; Erzurum Palandöken İlçesinde yer alan işletmeler yöresel ürünleri menülerinde kullanmalarına rağmen çoğunlukla tedarikte yaşanan sorunlar nedeniyle ve maliyet kaygılarıyla daha çok ulusal ve uluslararası ürünlere menülerinde yer verildiğini ifade etmiştir.

Cömert ve Özata (2016) yapmış oldukları “Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri ve Karadeniz Mutfağı Örneği” adlı çalışmada; yöresel mutfaklara ilgin oldukça yüksek olduğu, özellikler öğrencilerin memleketlerinde yedikleri tatları farklı bir bölgede deneyimlemek istemesi ve

bu tercihi sürekli hale getirmesi yöresel mutfağa sahip restoranların tercih edilme oranını oldukça yükseltmektedir. Ayrıca yöre mutfağını tercih edenlerin %27,2'sinin Karadenizli olup kendi şehirlerinden uzak olan kişilerin ilgi göstermesinden dolayı bu oranın yükseldiği ifade edilmiştir.

Büyüksalvarcı, Sapçılar ve Yılmaz (2016) yapmış oldukları “ Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği” adlı çalışmada; bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinde belirli yöresel yemekler dışında birçok yöresel yemeğe yer verilmediği tespit edilmiştir. Bunun sebebi olarak ise; işletmelerin ticari kaygı taşınmaları, bölgeye ait ürünler yapabilecek ustaların az olması, yöre halkının evlerinde bu yemekleri tükettikleri için restoranlarda bu yemekleri tercih etmemeleri olarak ifade edilmiştir.

Çapar ve Yenipınar(2016) yapmış oldukları “ Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması” adlı çalışmada; yöresel yemeklerin turizm endüstrisinde kullanılmasının turistlerin destinasyon tercihlerinde kültürel kimliğin ifadesi olduğunu vurgularken aynı zamanda bir çekicilik unsuru olarak bölgeye olumlu katkılar sunduğu ancak ticari kaygılar ve aslına uygun olmayan uygulamaların kültürel yozlaşmalara neden olduğunu ifade etmiştir.

3. YÖNTEM

3.1. Yöntem

Yöresel yemeklerin bölge restoranlarında kullanılma durumu ilişkin bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinin sahibi, yöneticisi ya da çalışanlarının görüşlerini incelemek amacıyla yapılmıştır. Araştırma nitel desende oluşturulup araştırmada durum çalışması desenlerinden tek durum deseni kullanılmıştır. Böylece işletme sahibi, yönetici ya da çalışanların yöresel yemek kavramına ilişkin farkındalığı ve işletmelerinde yöresel yemeklerin uygulanıp uygulanmadığı hususunda ayrıntılı bilgiye ulaşılabileceği düşünülmektedir. Nitel araştırma bağlamında veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme ve veri analiz yöntemi olarak da betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Nitel araştırma yaklaşımları arasında en sık kullanılan veri toplama tekniği görüşme tekniği olduğu bilinmektedir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu sayesinde görüşmeci önceden hazırlanmış soruları sorma ve ayrıntılı bilgi alma fırsatı bulabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013:147-150).

3.2. Soru Formu

Görüşme soruları Sandıkçı vd..2015’ te yapmış oldukları “Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Alma Düzeyi: Kastamonu Konakları Örneği” ve Büyüksalvarcı vd. “Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu : Konya Örneği” adlı çalışmalardan elde edilmiştir. Görüşme formu uygulanmadan önce alanında uzman 3 akademisyenin görüşü alınmış ve gereken düzeltmeler yapılmıştır. Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm cinsiyet, yaş, eğitim durumu, faaliyet yılı, günlük müşteri kapasitesi ve menüdeki toplam yemek sayısına ilişkin demografik özelliklerden oluşmaktadır. İkinci kısımda ise dört temel soru ve alt başlıklardan oluşmaktadır. Bu sorularda yöresel yemek kavramını tanımlama, yöreye ait yemekleri tanıma, İşletmelerde yöresel yemeklere menülerde yer verilmesi, menülerde yöresel yemekleri tercih etme ya da etmeme nedenleri, yöresel mutfakların tanıtımına ilişkin katılımcıların neler yapabileceğine ilişkin bilgi toplanması amaçlanmıştır.

3.3. Araştırmanın Örnekleme ve Veri Toplama Süreci

Araştırmanın evren ve örneklemini Mengen’ de faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin sahibi, yöneticisi ya da çalışanlarından oluşmaktadır. Öncelikle Mengen’ de faaliyet gösteren konaklama ve yiyecek içecek işletmelerinin listesi çıkarılmış ve bu sayının on bir olduğu tespit edilmiştir. İki işletme yiyecek içecek hizmeti vermediğini söyleyerek görüşmeye katılımı reddetmiştir. Bir işletme ise yiyecek içecek hizmeti verdiği halde görüşmeye katılmayı reddetmiştir. Bu nedenle önceden randevu istenerek görüşmeyi kabul eden 8 katılımcı ile 15 Mayıs-30 Mayıs 2017 tarihleri arasında yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşme esnasında tüm katılımcılara araştırmanın amacına ilişkin bilgiler verilmiş, gönüllü katılımcı formu ile izinler alınmış ve yapılan görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Ayrıca kayıt esnasında yapılan yüz yüze görüşmelere ilişkin gözlem notları

alınmıştır. Araştırmaya katılan katılımcılara R1 ile R8 arasında kodlar verilmiştir. Görüşme süreleri 25 ile 35 dakika arasında değişiklik göstermektedir. Görüşme sonrasında veriler elektronik ortamda yedeklenerek, verilerin kaybolması ve silinmesinin önüne geçilmiştir.

3.4. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Araştırmanın uygunluk kriterlerinin sağlanması konusunda, iç geçerlilik (inandırıcılık) dış geçerlilik (aktarılabirlik) ve güvenilirlik (tutarlılık ve teyit edilebilirlik) kriterleri kullanılması uygun görülmektedir. İç geçerlilikte (inandırıcılık) araştırmacının bulduğu sonuçlara nasıl vardığını açık seçik ortaya koyması ve çıkarımları ile ilgili kanıtları diğer kişilerin ulaşabileceği tarzda sunması gereklidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.255). Bu aşamada çalışmanın iç geçerliliğinin sağlanabilmesi için ana temaların ve alt temaların belirlenmesi, görüşmeler, gözlemler ve doküman analizleri arasında var olan örüntü verilmeye çalışılmıştır. Dış geçerlilik (aktarılabirlik) araştırmanın sonuçlarının genellenebilmesi ile ilgili olup nitel araştırmalarda istatistiksel bir genelleme söz konusu olmadığı için bir kurama analitik genelleme yapılabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.255). Araştırmanın güvenilirliği (tutarlılık ve teyit edilebilirlik) ise yapılmış bir çalışmanın başka bir araştırmacı tarafından aynı biçimde tekrar edildiğinde, aynı veya benzer sonuçları vermesi ile ilgilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.259). Araştırmanın iç güvenilirliğini (tutarlılığını) arttırmak için bulguların tamamının yorum yapılmadan verilmiştir. Araştırmanın güvenilirliği için Kappa analizi yapılmıştır. Çalışmayla ilgisi olmayan iki değerlendiriciye kodlamalar verilmiştir. Cohen's Kappa katsayısı iki değerlendiricinin arasındaki karşılaştırmalı uyuşmanın güvenilirliğini test etmek amacıyla uygulanan istatistik bir yöntemdir (Landis ve Koch, 1977). Cohen's Kappa katsayısı iki değerlendiricinin kodlamasıyla 0.73 olarak hesaplanmıştır. Landis ve Koch (1977)'a göre Cohen's Kappa katsayısının 0.61 ile 0.80 arasında olması, önemli düzeyde bir uyumun olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla mevcut araştırmada değerlendiriciler arasında önemli düzeyde bir uyum olduğu görülmekte ve kodlama anahtarının güvenilir olduğuna karar verilmektedir.

3.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Çalışmada betimsel analiz yapılarak, sonuçlar betimsel bir anlatım ile sunulacak ve doğrudan anlatımlara yer verilerek, ortaya çıkan temalar ve örüntüler çerçevesinde elde edilen bulgular araştırma hedefleri doğrultusunda sınıflandırılarak nitel araştırma paket programı NVIVO 10,0 kullanılarak (Kelle, 1995; Cohen, Mannion & Morrison, 2007).açıklanması ve yorumlanması yoluna gidilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu kısımda araştırma kapsamında elde edilen bulgular ve ilgili literatürden örnekler verilecektir. Bulgular kapsamında katılımcılara ait demografik bilgiler, katılımcıların yöresel mutfağa ilişkin tanımlamalarında ve yöresel yemeklerin özelliklerinde değinmiş oldukları kavramlar, katılımcıların belirtmiş oldukları Mengen'e ait yöresel yemekler, bölge işletmelerinde yöresel yemeklere yer verme durumları ve yer vermeme nedenleri ayrıca yöresel yemeklerin tanıtılması için yapılması gerekenler katılımcıların görüşleriyle verilmiştir.

Tablo1. Araştırmaya katılan restoran sahibi, yöneticisi ya da çalışanlarına ait demografik veriler.

Araştırmaya katılan restoran sahibi, yöneticisi ya da çalışanlarına ait demografik veriler Tablo 1’de yer almaktadır. Bu veriler incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun erkek olduğu görülmektedir aynı zamanda katılımcıların genellikle 26-40 yaş civarında olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim seviyesine bakıldığında büyük çoğunluğunun lise mezunu olduğu kalan katılımcıların yüksekokul ve ilkokul mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcı işletmelerin faaliyet sürelerine bakıldığında 1 ila 47 yıl arasında değiştiği görülmektedir. Katılımcı işletmelerin günlük müşteri kapasiteleri incelendiğinde 10 ila 600 kişi arasında değişirken genelde 100 ve üzeri müşteri kapasitesine sahiptirler. Katılımcı işletmelerin menülerinde yemek sayıları incelendiğinde ise 8 ila 40 arasında değiştiği görülürken menülerinde ortalama 15-20 çeşit yemek bulunduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Yöresel mutfak tanımlarında vurgulanan kelimeler

Yöresel mutfak tanımlarında vurgulanan kelimeler	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
1: Bölgeye özgü		√	√	√	√		√		5	72,5
2: Yöreye özgü	√					√		√	3	27,5

Tablo 2’ de Yöresel mutfak tanımlarında vurgulanan kelimeler verilmiştir. Katılımcıların yöresel mutfak kavramına ilişkin görüşleri incelendiğinde bölgeye özgü ve yöreye özgü olması kavramları vurgulanmaktadır. Katılımcıların % 72,5’i bölgeye özgü olması gerektiğini ifade ederken, % 27,5 ‘i ise yöreye özgü olması gerektiğini ifade etmiştir. Katılımcılardan R2, R3, R4, R5, R7 bölgeye özgü kavramını öne çıkarmıştır. Katılımcıların yöresel mutfak tanımına ilişkin görüşleri aşağıda verilmektedir.

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Öğrenim durumu	Faaliyet yılı	Günlük Müşteri Kapasitesi	Menüdeki Sayısı	Yemek
R1	E	26-40	Lise	13	10-15	15	
R2	E	26-40	Lise	1	100	20	
R3	K	41-55	Yüksekokul	11	24	40	
R4	E	55 ve üzeri	İlkokul	25	75	8	
R5	E	26-40	Lise	4	100	15	
R6	E	41-55	Lise	8	400-500	20	
R7	E	26-40	Yüksekokul	4	50-70	15	
R8	E	26-40	Yüksekokul	47	600	30	

“Olduğu bölgeyle özdeşleşmiş yemeklerdir.” (R2)

“Bölgede yetişen malzemelerle uzun yıllardır pişirilen bölgeye özgü lezzetlerdir.” (R3)

“Bu bölgeye ait yemeklerdir.” (R4)

“Bölgenin yüzyıllardır süre gelen lezzetleridir.”(R5)

“Bölgeye ait ürünlerle yapılan yemekler.”(R7)

R1,R6 ve R8 no’ lu katılımcılarında yöreye özgü kavramını öne çıkardıkları görülmektedir.

“Bir yöreye ait malzemeler vb. ya da pişirme sekline göre değişiklik gösteren yemekler.”(R1)

“Kendi yöremize ait olan yemekler.”(R6)

“Bu yöreye ait yemekler.”(R8)

Baran ve Batman (2013), Cömert, (2014), Giovannucci vd.(2014) ve Çulha ve Kalkan (2015), çalışmalarında o yöreye ya da bölgeye has olması ve coğrafi konuma vurgu yapılması yönüyle tutarlılık göstermektedir.

Tablo 3. Katılımcılara Göre Yöresel Yemeklerde Bulunması Gereken Özellikler

Yöresel Yemeklerin Özellikleri	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Başka yerde olmaması					√				1	12,5
Farklı pişirme tekniklerinin kullanılması	√								1	12,5
Kültürel özelliklerin yansması			√						1	12,5
Yöreye ait ürün kullanma		√	√	√		√	√	√	6	75

Katılımcıların yöresel mutfak kavramının özelliklerine ilişkin görüşleri incelendiğinde %75’i yöreye ait ürün kullanılması gerektiğini ifade ederken %12,5’i başka yerde olmaması, %12,5’i farklı pişirme tekniklerinin kullanılması, % 12,5’i kültürel özellikleri yansması olarak ifade etmiştir. Katılımcıların yöresel yemeklerde bulunması gereken özelliklere ilişkin görüşleri;

“Farklı sunum ve lezzetleri olan başka yerde olmayan yemeklerdir.”(R5)

“Çeşit bakımından bulunduğu yöreye ait otlar, baharatlar ve tatlandırıcılar, farklı pişirme şekillerinin kullanılmasıdır.” (R1)

“Kullanılan malzemelerin o bölgeye ait olması gerekir.”(R2)

“Yöresel malzemeler kullanılır ve kültürel yapının etkisi vardır.”(R3)

“Bu yörenin doğasına ait ürünler kullanılır.”(R4)

“Mengene ait ürünlerin kullanılmasıdır.”(R6)

“Bölgedeki ürünler kullanılmalıdır.”(R7)

“Yöreye ait ürünlerin kullanıldığı yemeklerdir.”(R8)

Ciğerim (2001), Long (2004), ve Toksöz ve Aras'ın (2016) çalışmalarında yöresel mutfak kavramı kültür, gelenek ve görenek kavramları ile bütünleştirilmesi ve Inwood ve arkadaşlarına (2009) göre yöresel yemekler o bölgede yetiştirilen yiyeceklerle hazırlandıklarını ifade etmesi bakımından elde edilen verilerle tutarlılık gösterdiği görülmektedir.

Tablo 4. Katılımcıların Mengen'in Yöresel Yemeklerini Bilme Durumu

Mengen Yöresel Yemekleri	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Bulgur çorbası		√			√	√		√	4	50,0
Höşmerim	√	√	√	√	√	√	√	√	8	100
Kaldırık dolması	√	√	√	√	√	√	√	√	8	100
Kedi batmaz	√	√	√	√	√	√	√	√	8	100
Keşli erişte	√	√	√			√			4	50,0
Diğer yöresel yemekler	√	√	√	√	√	√	√		7	87,5

Katılımcıların Mengen'in yöresel yemeklerini bilme durumu incelendiğinde katılımcıların %50'si Bulgur çorbasını ve Keşli Erişte tamamı Höşmerim, Kaldırık Dolması ve Kedi Batmaz' ı bildiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların % 87,5 'i ise bu yemeklerin dışında Hodan, Cincile Mantarlı Çorba ve Börek, Bazlama, Mengen Peyniri, Mengen Pilavı gibi yemeklerinde olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 4. Mengen'in Yöresel Yemeklerine Restoran Menülerinde Yer Verme Durumu

Restoranların Menülerinde Yöresel Yemeklere Yer Verme Durumu	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Evet		√	√		√	√		√	5	62,5
Kısmen	√								1	12,5
Hayır				√			√		2	25,0

Katılımcıların Mengen'in yöresel yemeklerine restoran menülerinde yer verme durumu incelendiğinde araştırmaya katılanların % 62,5'i "evet" yöresel yemeklere menülerimizde yer veriyoruz derken, %12,5'i "kısmen" yer veriyoruz, % 25,0 'i ise "hayır" yöresel yemeklere menülerimizde yer vermiyoruz şeklinde ifade etmiştir. Katılımcıların yöresel yemeklere menülerinde yer verme durumuna ilişkin ifadeleri;

"Erişte, Mengen pilavı ve Mengen peyniri bekletildiği için verilebilmekte."(R1)

"Bulgur çorbası ve ana yemekleri kendimize göre değiştirip veriyoruz."(R2)

"Keşli erişte, kaldırık dolması, mantar çorbası, mantarlı pilav, mantarlı börek."(R3)

"Bulgur çorbası verilmektedir."(R4)

"Höşmerim, kahvaltılıklar ve köy peyniri tereyağı ve reçeller."(R5)

"Bulgur çorbası, keşli erişte, höşmerim, kaldırık dolması."(R6)

“Bulgur çorbası verilmektedir.”(R8)

Katılımcıların verdikleri yanıtlar incelendiğinde Mengen’de faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri menülerinde yöresel yemeklere sınırlı oranda yer vermektedir. Özellikle bulgur çorbası, keşli erişte, kaldırık dolması ve hoşmerim işletmelerin genelinde verilmektedir.

Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengün (2012), Mil ve Denk (2015), Büyükşalvarcı, Sapçılar ve Yılmaz (2016) çalışmalarında yörede bulunan yiyecek içecek işletmelerinin yöresel yemekleri menülerinde bulundurma oranının sınırlı olduğu görülmüştür. Araştırma sonuçları bu bakımdan tutarlılık göstermektedir.

Tablo 5. Restoranların Menülerinde Yöresel Yemeklere Yer Vermeme Nedenleri

Yöresel yemeklere yer vermeme nedenleri	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Anlık üretilmemesi	√			√					2	25,0
Bekletilmenin lezzeti olumsuz etkilemesi	√							√	1	25,0
Bekletilmenin sunuma olumsuz etkisi	√			√				√	2	37,5
Tercih edilmemesi				√					1	12,5
Diğer yer vermeme nedenleri		√					√		1	25,0

Katılımcıların Mengen’in yöresel yemeklerine restoran menülerinde yer vermeme nedenleri incelendiğinde; katılımcıların % 25,0’i “ Anlık üretilmemesi”, %25,0’inin “Yöresel yemekleri bekletilmenin lezzeti olumsuz etkilemesi”, %37,5’inin “Yöresel yemekleri bekletilmenin sunumu olumsuz etkilemesi”, %12,5’i “ Yöresel yemeklerin tercih edilmemesi” gibi nedenlerden dolayı yöresel yemekleri restoranlarında sunamadıklarını ifade etmişlerdir. % 25,0’i ise diğer nedenlerden dolayı (yöresel yemeklerin bilmeyen kişiler tarafından ön yargı ile karşılanması ve işletme konsepti) yer veremediklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların yöresel yemeklere restoran menülerinde yer vermeme nedenlerine ilişkin ifadeleri; “Anlık pişirilip yenilmesi gereken yemekler, bekletildiğinde lezzet ve sunum açısından değişiklikler meydana geldiği için yer veremiyoruz.” (R1)

“Çünkü yöresel yemeklerin dayanıklılığı az, hemen tüketilmesi lazım, alıcısı az.”(R4)

“Dayanaksız yapılı yapılmaz tüketilmeleri gerekir, beklemeye gelmezler”(R8)

“Sadece ızgara çeşitleri ve kahvaltı hizmeti verildiği için” (R7)

Tablo 6. Katılımcıların Yöresel Mutfakların Tanıtımı İçin Yapılması Gerekenler Faaliyetlere İlişkin Görüşleri

Yöresel mutfakların tanıtımı için yapılması gerekenler R1 R2 R3 R4 R5 R6 R7 R8 F %

Yöresel mutfakların tanıtımı için yapılması gerekenler	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	F	%
Festival, fuar, kongre düzenleme				√		√			2	25,0
Kurs ve seminer düzenleme		√					√		2	25,0
Sahip çıkma		√	√						2	25,0
Sosyal medyanın kullanılması						√			1	12,5
TV programlarında tanıtım yapma						√			1	12,5
Yerel halka ve öğrencilere eğitim verme								√	1	12,5
Diğer tanıtım unsurları	√	√	√	√	√		√		6	75,0

Katılımcıların yöresel mutfakların tanıtımı için yapılması gerekenler faaliyetlere ilişkin görüşleri incelendiğinde; katılımcıların % 25,0 'i "festival; fuar, kongre düzenleme", % 25,0 'i "kurs ve seminer düzenleme", % 25,0 'i "sahip çıkma", %12, 5'i "sosyal medyanın kullanılması", %12, 5'i "TV programlarında tanıtım yapma", %12, 5'i "yerel halka ve öğrencilere eğitim verme" ifadelerini kullanmışlardır. % 75,0'i ise diğer tanıtım unsurları kullanılarak(yeni menülerin oluşturulması ve bunların tescil ettirilmesi, aslına uygun kalarak yeni tariflerin geliştirilmesi ve tanıtılması, özellikle yurt dışında Türk aşçıların yemekler yapıp sunum ve tadımlar yapturmaları, ürünlere piyasa oluşturup önce tanıtım sağlanmalı daha sonra uygun olabilecek uluslararası alanlarda satışa sunulmalıdır) gibi unsurlar kullanılarak yöresel mutfakların ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtımının sağlanabileceğini ifade etmişlerdir. Katılımcıların yöresel mutfakların tanıtımı için yapılması gerekenler faaliyetlere ilişkin görüşleri.

"Ürünlere piyasa oluşturup önce tanıtım sağlanmalı daha sonra uygun olabilecek Uluslararası alanlarda satışa sunulabilir."(R1)

"Mengenli işletmeciler ustalarla bir araya gelerek yeni menüler oluşturmalı, bu menüler tescil ettirilmeli, kurslar verilmeli."(R2)

"Özüne ve gerçeğe sadık kalarak tanıtımı yapılmalı, yeni tarifler ve isimler uydurulmalı."(R3)

"Destek ve teşvik olunmalı, festivaller düzenlenmeli, belediyeler destek vermeli."(R4)

"Türk yemeklerinin reklamlarla duyurulması gerekir, yurtdışında Türk aşçıların yemekler yapıp sunum ve tadımlar yaptırılmalı.(R5)

"Fuarlara katılıp tanıtımlar yapılmalı, TV programları ve sosyal medyada tanıtımı yapılabilir."(R6)

"Okullarda seminerler verilebilir, aşçı derneklerini katılımlarının olduğu organizasyonlarla tanıtımlar yapılmalıdır."(R7) "Okullarda öğretilmesi lazım."(R8)

Aslan vd.(2014) yapmış oldukları çalışmada yöresel yemeklerin ön plana çıkartılması için fuarlarda stantlar açılıp bölgeye özgü lezzetlerin ikram edilmesinin tanıtım açısından önemli bir etken olduğunu ifade etmiştir. Bucak ve Turan (2016) çalışmalarında tanıtım faaliyetlerinde yerelliğin ön planda tutularak şölen ve festivallere ağırlık verilmesi gerektiği aynı zamanda toplantı ve kongreler düzenleyerek bu etkinliklerin sürekliliğinin sağlanması gerektiği ifade edilmiştir. Serçeoğlu (2014) yapmış olduğu çalışmada; Erzurum mutfak kültürünü yaşatabilmek için halka yöresel mutfak hakkında eğitim verilmesini ve yazılı-görsel basından tanıtım için yararlanılması gerektiğini ifade etmiştir.

Gökdeniz vd. (2015) yöresel mutfağın tanıtılması için, yörede yemek kültürünü turistlere yansımaya yönelik faaliyetler geliştirilmesi gerektiği bu faaliyetler arasında; yeme içme kültürü ile eğlenceyi birleştiren festivaller yapılması gerektiği, tv, gazete, dergi vb. iletişim araçlarında yemek tarifleri ünlü şeflerin eski ve yeni tatların keşfi programları düzenlenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Şengül ve Türkay (2016) çalışmalarında; yörede düzenlenen festival vb. organizasyonlarda yöresel mutfak kültürünün ön plana çıkartılarak tanıtılması gerektiğini ifade etmiştir.

Çapar ve Yenipınar (2016) çalışmalarında; destinasyonların sahip oldukları eşsiz kültürel yiyecek ve içeceklerinin korunup kullanımı ve tanıtımı için patent, coğrafi işaretleme, tescil ve Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütünün somut olmayan kültürel miras listesine girebilmek gibi çeşitli önlemleri aldıklarını ifade etmiştir. Büyükşalvarcı vd. (2016) çalışmalarında; yöresel mutfakların tanıtımı için öneri olarak belediyelerin yöresel yemek yarışmaları düzenleyerek ödüller vermesi gerektiği yöresel yemek sunan işletmeleri desteklemesi gerektiğini ifade etmiştir. Ayrıca yöresel mutfağın tanıtılması için yazılı ve görsel meydanında kullanılması gerektiğini ifade etmiştir. Katılımcıların yöresel mutfakların tanıtımı için yapılması gerekenler faaliyetlere ilişkin görüşleri ile literatür tutarlılık göstermektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma Aşçlarıyla ünlü Mengen'de faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yemeklerin kullanılma durumunu tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Yöresel yemek, kültürel mirasın bir parçası olup, ziyaret edilen alanın özgün niteliğine katkıda bulunan önemli çekicilik unsurlarındandır. Bu nedenle, geleneksel yemeklerin önemli bir etkileme aracı olabilmesi için, turizm faaliyetlerinin gereklerine uygun hazırlanması gereklidir. Yöresel yemekler tıpkı el yapımı yerel diğer ürünler gibi tanınmış hale getirilebilir ve değiştirilerek turist profiline uygun hale dönüştürülebilir(Aslan vd., 2014). Yöresel mutfak, zengin bir mutfak çeşitliliğinin ve ziyaret edilen coğrafi alanın zenginliğini göstermektedir. Bu noktada ziyaret edilen alanda önemli bir çekicilik unsuru ve kendi kültürümüzü tanıtmada önemli bir araçtır. Yöresel mutfaklar o yörede hangi yöresel yiyeceklerin olduğu ve bu yiyeceklerle hangi yemeklerin yapıldığı, nasıl pişirildiği ve bu yemeğin o yörede nasıl sunulduğu hakkında bilgi vermektedir.

Çalışmanın başlıca bulguları; katılımcılar yöresel yemek kavramına ilişkin literatürdekine benzer tanımlamalara değinmektedir. Yöresel mutfak ve yöresel yemeklerin özelliklerine ilişkin olarak, yapılan yemeğin o yöreye has olması, o yörede yetişen ürünlerden yemeğin hazırlanması, o bölgedeki kişiler tarafından yapılması, orijinal olarak sunulması, sunulduğu yörenin kültür, örf ve âdetini yansıtması büyük önem arz etmektedir. Katılımcıların genellikle yöreye ait yemekleri bildiği görülmekte Bulgur çorbası, Höşmerim, Kaldırık dolması, Kedi batmaz'ın en çok bilinen yöresel yemekler olduğu görülmektedir. Katılımcıların işletmelerinde yöresel yemeklere yer vermesine rağmen bu sayının sınırlı olduğu görülmektedir bunun nedeni olarak da yöresel yemeklerin anlık üretilmemesi, bekletildikleri zaman lezzet ve sunum bakımından olumsuzluklar yaşanması, yöre halkı tarafından tercih edilmemesi ve dışarıdan gelen kişiler tarafından bilinmediği için ön yargılı davranılması olarak ifade edilmiştir. Katılımcılar ulusal ve uluslararası anlamda yöresel yemeklerin tanıtımlarının sağlanması gerektiğini düşünmektedir. Aynı zamanda yapılan tanıtımların yetersiz olduğunun da farkındadır. Yöresel yemekleri tanıtımını sağlamak amacıyla fuar ve yarışmalarda tanıtımlarının yapılması, yöresel yemeklerin standartlaştırılması, kurs ve seminerlerin düzenlenmesi, okullarda yöresel yemeklere yönelik eğitimler verilmesi TV programları ve sosyal medyanın tanıtım aracı olarak kullanılması gerektiği, derneklerin, belediyelerin de bu tanıtımda destek vermesi oldukça önem arz etmektedir.

Mengen Bolu ilinin turizm potansiyeli olan ilçelerindedir. Özellikle kırsal turizm, dağ ve yayla turizmi, kamping, gastronomi turizmi ilçe bünyesinde bulunan alternatif turizm kaynaklarıdır. Kırsal ve doğal özellikleri ile gastronomi turizmi sıkı bir ilişki içerisinde olarak bölgede hak ettiği yere gelebilecektir. Sahip olunan ve yöreye özdeşleşmiş olan Mengen peyniri için coğrafi işaret patenti, patent ve tescil başvurularının yapılması gerekmektedir. Bu başvuruların sonuçlanmasından sonra markalaşma yolunda girişimlerde bulunulmalıdır. Bunun yanı sıra yöre ile özdeşleşmiş kızılçık tarhana, cincile mantarlı su böreği, kaldırık dolması, hödele, kedi batmaz, hoşmerim, kanlıca mantarı sote gibi birçok yöresel lezzet bulunmaktadır. Bu ürünlerinde standart reçeteleri oluşturulmalı, Türk ve dünya mutfakları literatürüne kazandırılmalıdır. Mengen' in yemek kültürü farklı lezzetler arayan ziyaretçilere farklı alternatifler sunmaktadır. Özellikle Mengen 'e has usullerle üretilen yerel ve küçük ölçekli doğal besin maddeleri ve bu maddelerle yapılan yemekler kullanılarak gastronomi turizminin kırsal turizme adaptasyonu ve bu adaptasyon sağlandıktan sonra geliştirilmesi için elverişli bir ortam oluşturulmalıdır. Bu elverişli ortamın oluşturulması yerel ekonomiye katkı sağlarken gelirinde eşit dağılmasına yardımcı olacaktır. Özellikle yöresel, doğal ot ve mantarların yemeklerde kullanılması farklı tatlar arayan misafirlere için alternatif lezzet kaynakları olarak karşımıza çıkmaktadır. Yöreye konaklama amacıyla gelen yabancı ziyaretçiler için yöresel mutfakla yemek hizmeti veren kırsal pansiyonlar ve çiftlik evleri yapılarak, kırsal turizm faaliyetine katılmak isteyen doğaseverlerin konaklama ihtiyacı karşılanmalıdır. Yörede üretilen organik besin maddelerinin satışı için stantlar kurulabilir. Gelen misafirlere yörede yetişen doğal ürünlerin toplanması ve hazırlanması aşamalarında da aktiviteler yapmaları sağlanabilir.

Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımı kullanılması nedeniyle birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle edilen sonuçlar genellenemez. Daha sonraki araştırmalarda nitel ve nicel araştırma

yaklaşımlarıyla desteklenerek çalışma genişletilebilir. Bu çalışmada sadece yiyecek içecek işletmeleri katılımcılarının bakış açısı ele alınmıştır. İleriki çalışmalarda tedarikçi, çiftçi, müşteri gibi paydaşları da kapsayan çalışmaların yapılması daha farklı sonuçlara ulaşılmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akan, L.S. (2007). Safranbolu Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, Cilt:13-14, Ankara.
- Arman, A. (2011). Türk mutfak kültürü tanıtım sorunu: Mengen mutfağı örneği. Yüksek Lisans Tezi, Düzce.
- Aslan, Z., Güneren, E., Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği, Journal of Tourism and Gastronomy Studies 2/4 (2014) 3-13
- Baran, Z ve Batman, O. (2013). Destinasyon pazarlamasında mutfak kültürünün rolü: Sakarya örneği. 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 05-08 Aralık. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Turizm Fakültesi, 1355-1367.
- Bucak, T. ve Turan, Ö. (2016). Bölge Turizmüne Yeni Akımların Etkisi: Gökçeada Yavaş Yemek Örneği. Journal of Yasar University, 11(43).
- Büyükkşalvarcı, A., Şapcılar, M. C., ve Yılmaz, G. (2016). Yöresel Yemeklerin Turizm İşletmelerinde Kullanılma Durumu: Konya Örneği (Using. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 165, 181.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 1 (2), 39-51.
- Çapar, G.ve Yenipınar, U. Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm endüstrisinde kullanılması. Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 4/ special Issue 1(2016)100-115
- Cömert, M. (2014). Turizm pazarlamasında yöresel mutfakların önemi Hatay mutfağı örneği. Journal of Tourism and Gastronomy Studies,2(1), 64-70.
- Cömert, M. ve Özata, E. (2016). Tüketicilerin Yöresel Restoranları Tercih Etme Nedenleri ve Karadeniz Mutfağı Örneği. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 42, 1963-1973.
- Ciğirim, N. (2001). Batı ve Türk Mutfağının Gelişimi, Etkileşimi ve Yiyecek-İçecek Hizmetlerinde Türk Mutfağının Yerine Bir Bakış 2000. Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, Yayın No:28 Ankara
- Çelik, S.D.Y. (2010). Mengen’de Özel Gün Yemekleri. Millî Folklor, 2010, Yd 22, Sayı 86
- Cohen, L., Mannion, L. ve Morrison K. (2007). Research methods in education. Routledge, Taylor & Francis Group
- Çokışler, N. ve Türker, A. (2016). Mutfak Kültürünün Turizm Ürünü Olarak Kullanım Etkinliğinin İncelenmesi: Ayder Turizm Merkezi Örneği. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, 6(14), 122-136.
- Çulha, Osman ve Kalkan, Aytakin (2015). “Tanıtım Broşürleri Gözüyle Anadolu Yöresel Mutfakları”, I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015), 28-30 Mayıs 2015, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Duram, L. ve Cawley, M. (2012). Irish chefs and restaurants in the geography of “local” food value chains. The Open Geography Journal, 5, 16-25.
- Enright, M. ve J. Newton, (2005). Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pasific: Comprehensiveness and Universality. Journal of Travel Research, 43 (4), 339-350
- Feldmann, C. ve Hamm, U. (2015). Consumers’ Perceptions and Preferences for Local Food: A review. Food Quality and Preference, 40, 152-164.
- Giovannucci, D., Barham, E.ve Pirog, R. (2014) defining and marketing “local” foods: geographical indications for US products. The Journal of World Intellectual Property, 13(2), 94-120.
- Güler, S. (2010). Türk mutfak kültürü ve yeme içme alışkanlıkları. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 26, 24-30.
- Güzel, G.(2009). ‘Gastronomi ve İnovasyon’, İz Atılım Üniversitesi Dergisi, Sayı:8, 28-29.
- Hacıoğlu, N., Girgin, G. K. ve Giritlioğlu, İ. (2009). “Yiyecek-İçecek İşletmelerinin Pazarlama Faaliyetlerinde Yöresel Mutfakların Kullanımı: Balıkesir Örneği”. 3. Ulusal Gastronomi

- Sempozyumu Bildirileri, 17-18 Nisan. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi. Okulu <http://www.tgyd.net/Syf=5&Id=78129>> (22.08.2016).
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği, Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(1), 6- 11.
- Hu, M. ve J. R. B. Ritchie (1993), Measuring Destination Attractiveness: A Contextual Approach. Journal of Travel research, 32 (2), 25-34.
- Inwood, S. M., Sharp, J. S., Moore, R. H. & Stinner, D. H. (2009), Restaurants, chefs and local foods: insights drawn from application of a diffusion of innovation framework. Agriculture and Human Values, 26 (3), 177-191.
- Kelle, U. (1995). Computer aided qualitative data analysis. London: Sage Publications
- Kızıllırmak, İ., Albayrak, A. ve Küçükali, S. (2014). Yöresel Mutfağın Kırsal Turizm İşletmelerinde Uygulanması: Uzungöl Örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 4(1), 75-83.
- Kodaş, D. Ve E. Dikici (2012). “Ahlat, Kırsal Bölgesinde Gastronomi Turizminin Muhtemel Toplumsal Etkileri Üzerine Nitel Bir Çalışma”. Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi 4(2): 51-69
- Kozak, N. (2006). Turizm Pazarlaması, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaltan, G. (2009). “Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine Ve Ülke Ekonomilerine Etkileri””. 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirileri, 17-18 Nisan. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi. Okulu <http://www.tgyd.net/Syf=5&Id=78129>> (22.08.2016).
- Landis, J. R. & Koch, G. G. (1977). The measurement of observer agreement for categorical data. Biometrics, 33, 159-174.
- Lang, M., Stanton, J. & Qu, Y. (2014). Consumers’ evolving definition and expectations for local foods. British Food Journal, 116 (11), 1808-1820.
- Long, M. L. (2004). Culinary tourism (2. Baskı). USA: The University Press Of Kentucky.
- Mil, B. Ve Denk, E. (2015). Erzurum Yöresel Ürünlerinin Otel Restoran Menülerinde Kullanım Düzeyleri: Palandöken Örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi. 5(2):1-7, 2015
- Oğuz O. (1990). “Üçüncü Milletlerarası Yemek Kongresi Açılış Konuşması”, Ankara, 1. Konya Kültür ve Turizm Vakfı Yayını Bildiri Kitabı 7-12 Eylül.
- Pekyaman, A. (2008). ‘Turistik Satın alma Davranışında Destinasyon İmajının Rolü Afyonkarahisar Bölgesinde Bir Araştırma’, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Serçeoğlu, N. (2014). Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 2/4 36-46
- Sünnetçioğlu, S. Can, A., Durlu-Özkaya, F. (2012). ‘Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretlemenin Önemi’, 13. Ulusal Turizm Kongresi 6-9 Aralık 2012, Antalya, 953-962
- Şanlıer, N., Arıkan, B., (2001). “Elazığ Mutfağından Unutulmak Üzere Olan Birkaç Yemek”, “Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları Yayın”, No:29, 167-175.
- Şanlıer, N., Cömert, M., Durlu Özkaya, F. (2012). Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı. Milli Folklor, Yıl:24, Sayı:94(152-161). <http://www.antakyaturu.com/index.php?okod=104> Erişim Tarihi: 10.03.2014
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2015). Bölge Restoran Mönülerinin Belirlenmesinde “Yöresel Mutfaklar” Eğitiminin Kullanılması: Mudurnu Örneği. Electronic Journal of Vocational Colleges, UMYOS Özel Sayısı, 4, 1-6.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel mutfak unsurlarının turizm destinasyonu seçimindeki rolü (Mudurnu örneği). Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 12(29), 63-87.
- Tekgül, N., Baykan, S., (1993). “Evlerimizde Pişirilen Pıllav Çeşitleri”, “Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları”, No:3, 1-11, Ankara.
- Toksöz, D. ve Aras, S. (2016) “ Turistlerin Seyahat Motivasyonlarında Yöresel Mutfağın Rolü”. Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue1 (2016) 174-189

- TÜRSAB (2015). *Gastronomi Turizmi Raporu*, 18.08.2016 tarihinde http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-Gastronomi-Turizmi-Raporu_12302_3531549.Pdf sitesinden alınmıştır.
- Üçer, M. ve Peşken, F. (2001). *Divriği’de Mutfak Kültürü-Yemekler, Gelenekler, İnançlar, Atasözleri*. Sivas Hizmet Vakfı Yayınları
- Üner, Mithat M., Güçer Evren ve Aslı Taşçı (2006). Türkiye Turizminde Yükselen Destinasyon Olarak İstanbul Şehrinin İmajı. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(2), 189:201
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (9. Baskı).Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüncü, Hilmi Rafet (2010), *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi Ve Perşembe Yayılası 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı* Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayınları No: 11 Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

TURİZM ENDÜSTRİSİNDE YENİLENEBİLİR ENERJİ KULLANIMI: TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNDE YENİLENEBİLİR ENERJİ KONUSUNA GENEL BİR BAKIŞ

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Emin BAYNAZOĞLU
Trakya Üniversitesi, Keşan Yusuf ÇAPRAZ Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
İşletme Bilgi Yönetimi Bölümü
meminbaynazoglu@trakya.edu.tr

Doç. Dr. Perihan PAKSOY ÇAVUŞOĞLU
Beykent Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü
ppaksoy@beykent.edu.tr

Özet

Bu çalışmada dünya nüfusunun giderek artması ve küresel ölçekte kullanılan enerji kaynaklarının kısıtlı olması sebebiyle yenilenebilir enerji kaynakları günümüzde neden her zamankinden daha fazla önem kazanmaya başladığı konusuna yer verilmiştir. Bunun dışında, bir noktadan bir diğer noktaya hareket etmenin ön koşul olduğu turizm sektöründe yenilenebilir enerji kullanımının neden hayati önem taşıdığı konusu detaylı bir şekilde tartışılmıştır. Bununla birlikte, dünyada ve Türkiye’de turizm endüstrisinde yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı ve çevreye etkileri üzerinde durulmuştur. Ayrıca yenilenebilir enerji kaynakları ile fosil yakıtlar ve diğer yenilenemez enerji kaynakları arasındaki farklar ve çevreye etkileri konularına değinilmiştir. Genel olarak enerji sistemlerinde hem yatırımların hem tüketim maliyetlerinin fazla olması sebebiyle bu maliyetleri azaltmak isteyen konaklama işletmeleri, alternatif seçenekleri değerlendirmek zorunda kalmaktadır. Bu işletmeler alternatif enerji sistemleri kapsamında yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanmaktadır. Derleme olan bu çalışmada Türkiye genelinde turizm yatırımlarında yenilenebilir enerji kaynaklarının tercih edilmesi ile ilgili genel bir değerlendirme yapılarak, bu bağlamda sektör paydaşlarına birtakım önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar kelimeler: Turizm İşletmeleri, Yenilenebilir Enerji, Fosil Yakıtlar, Rüzgar Enerjisi.

THE USE OF RENEWABLE ENERGY IN THE TOURISM INDUSTRY: AN OVERVIEW OF RENEWABLE ENERGY IN THE TOURISM SECTOR IN TURKEY

Abstract

In this study, increase of the world population and due to the lack of energy sources that are used on a global scale, and its importance of renewable energy sources will be discussed. Apart from that, the vital importance of the use of renewable energy in the tourism sector, where it is a prerequisite to move from one point to another, has been discussed in detail. At this point, primarily use of renewable energy sources in world tourism industry will be evaluated, then same issues in Turkey will also be evaluated and differences between renewable energy sources and fossil fuels with renewable energy sources and its effects on the environment are discussed. Due to being more expensive in both investments and consumption of energy in general, hospitality establishments seeking to reduce costs, are forced to evaluate alternative options. These businesses use alternative energy systems within the scope of renewable energy resources. As a review in this study, preference of renewable energy sources in tourism investments in Turkey will be evaluated and in this context some suggestions will be given to the tourism industry stakeholders.

Keywords: Tourism Enterprises, Renewable Energy, Fossil Fuels, Wind Power.

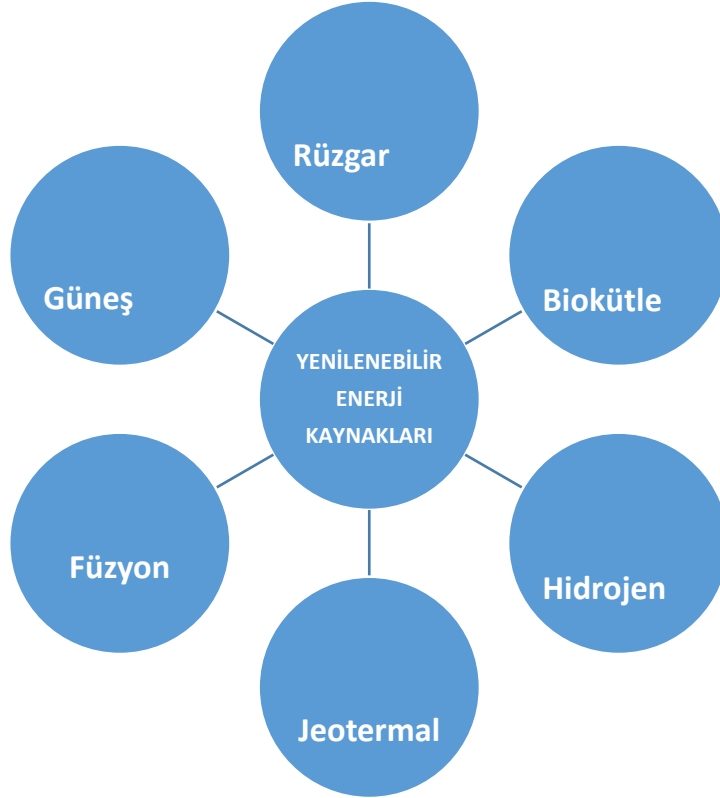
1.GİRİŞ

İnsanoğlu dünyada binlerce yıldır varlığını sürdürmektedir. Varlığını sürdürmeye devam etmekte olan insanoğlu için en büyük çevresel tehditlerin, 18. yüzyılda üretimde buhar gücü ve icat edilen yeni makinelerin kullanıldığı sanayi devrimiyle birlikte ortaya çıktığı düşünülmektedir. Bu dönem öncesinde de insanın doğaya etkileri olmakla birlikte, anılan dönem sonrasındaki etkilerin küresel ısınmaya yol açmaya başladığı görülmektedir (Akin; 2006, 30). Avrupa kıtasında başta tarım politikalarında yaşanan sorunlar, kitlesel veba salgını ve sonrasında ortaya çıkan nüfusun hızla artması gibi nedenlerle, kırsal alandan şehirlere hızlı bir göç başladığı görülmektedir. 18. yüzyılın son çeyreğinde sanayi devrimiyle başlayan süreç 19. yüzyılda da kitlesel üretimin artmasıyla doğru orantılı olarak artmış, 20. yüzyılın ikinci yarısında da artmaya devam etmiştir. Sanayi devriminin başladığı dönem olan 18. yüzyılın son çeyreğinde 800 milyon civarında olduğu tahmin edilen dünya nüfusunun, 20. yüzyılın ikinci yarısına gelindiğinde 3 milyar sınırına ulaştığı görülmektedir (Manning, 2008, World Population Estimates Interpolated and Averaged). Son iki yüzyılda hızlı bir artış gösteren dünya nüfusunun, birleşmiş milletler örgütünün tahminlerine göre, 21. yüzyılın sonuna kadar 11 milyarın üzerine çıkması beklenmektedir (United Nations, 2015, World population prospects). Sanayileşme, kitlesel üretim, teknolojik gelişmeler neticesinde atmosfere salınan zararlı gaz oranının sürekli olarak artmakta, bunun sonucunda dünyadaki yaşam tehdit altında kalmaya devam etmektedir.

Sürdürülebilir turizm hakkında yapılan yayınların sayısı ve ağırlığı giderek artmakta, turizm gelişiminin daha uzun vadeli hale getirilmesi için farklı yaklaşım ve öneriler sunulmaktadır. Turizmden elde edilen gelirlerin nerelere harcanacağı, altyapı yatırımları, turizm ve yerel halkın yaşam kalitesi gibi konular turizm politikasının ana unsurları haline geleceği düşünülmektedir (Demirkol ve Çetin, 2014: 230). Sadece ekonomik açıdan değil çevre ve insanlığın geleceği konusunda da yaklaşan tehlikeyi en azından erteleyeceği ve belki de kalıcı bir çözüm bulmaya yardımcı olacağı düşünülen yenilenebilir enerji kaynakları ister istemez zihinlere; “yenilenebilir enerji tercih mi, yoksa zorunluluk mu?” sorusunu getirmektedir (Dinçer ve Aslan, 2008: 1). Dolayısıyla hem turist profilindeki hem de tüketim tercihlerindeki değişimler doğal ve kültürel çevrenin koruma kullanma dengesi içinde kullanımını öngören “Yumuşak Turizm”, “Ekoturizm”, “Sürdürülebilir Turizm” gibi yeni kavramların oluşmasına neden olmaktadır (Bal, 2002: 10).

Yenilenebilir enerji kullanımı sera gazı emisyonunu düşürme konusunda önemli rol oynamaktadır. Bu enerji türü kullanıldığında fosil yakıtlara olan talep azalmaktadır. Fosil yakıtların aksine biokütle enerjisi dışındaki (hidroenerji, jeotermal, rüzgar ve güneş) enerji kaynakları sera gazı oluşumuna doğrudan etki etmemektedir. ABD’de eyalet ve federal yönetim aracılığıyla sağlanan teşviklerin yanısıra, yürürlüğe konulan düzenlemelerle birlikte yenilenebilir enerji kullanımı biyoyakıt ve hidroelektrik kaynaklı olmayan yenilenebilir enerji kaynak kullanımının 2000 yılından 2016 yılına kadar 2 kat arttığı görülmektedir. ABD enerji bilgi dairesine göre 2040 yılına kadar yenilenebilir enerji kaynakları kullanımı artmaya devam edeceği tahmin edilmektedir. Yenilenebilir enerji kaynakları, (Şekil 1.) güneş enerjisi, rüzgâr enerjisi, biokütle enerjisi, hidrojen enerjisi ve hidrolik enerjisi, jeotermal enerji, hidroenerji ile füzyon enerjisi olmak üzere altı başlıkta toplanmaktadır (U.S. Energy Information Administration, 2017). Yenilenebilir enerji kaynakları, doğal çevrede sürekli tekrarlanan enerji akımlarının nicelik ve niteliklerini bozmayacak şekilde kullanımı veya doğanın kendi evrimi içinde, bir sonraki gün aynı şekilde mevcut olabilen enerji kaynağı olarak ifade edilebilir (Erdoğan, vd., 2009: 25).

Şekil 1. Yenilenebilir Enerji Kaynakları (U.S. Energy Information Administration, 2017).



2.ÇEVRESEL DUYARLILIK VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Oteller, turizm endüstrisinin en önemli halkalarından biri olarak kabul edilmektedir. Turizm hareketliliğinde, insanların sürekli ikamet ettikleri yerlerin dışında konakladıkları oteller, tıpkı konutlarda olduğu gibi günlük faaliyetleri yerine getirmek için enerjiye ihtiyaç duymaktadır. Konaklama işletmelerinde kullanılan enerji miktarı, doluluk oranları ile doğru orantılı olarak artış göstermektedir. Bu süreçte, bazı otel işletmeleri enerji kullanımı ile ilgili bazı çalışmalar yapmaktadır. Bu işletmeleri çevresel duyarlılık konusunda aktif çalışmalar yürütmeye veya önlemler almaya yönlendiren bir takım etmenler bulunmaktadır. Otel işletmelerini çevresel duyarlılık konusunda faaliyet göstermesine neden olan şey, çevre bilincinin artması veya çevre duyarlılığından ziyade; öncelikle maliyetleri düşürme çabalarıdır. Bunun dışında turizm talebinin çevreye duyarlı yapısından faydalanarak rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Avrupa’da yapılan bir pazar araştırması, kültür ve doğa amaçlı seyahatlerin toplam içindeki payının %50 olduğunu göstermektedir. Bu araştırmaya katılanların tatil yeri seçimini etkileyen faktörlerin başında doğal zenginlikler (%56) ve dokunulmamış kırsal yöreler (%37) gelmektedir (Kahraman ve Türkay, 2014, s.143). Günümüzde Hyatt, Inter-Continental ve Ramada gibi uluslararası zincir otel işletmeler başta olmak üzere birçok büyük şirket kendi bünyesinde farklı çevre politikaları yürütmektedir. Otel işletmeleri, hizmet üretimi sırasında doğal çevreden gelen değişik kaynakları kullanmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2014, s.145).

Yukarıda verilen otel zincirlerine ek olarak Hilton grubunun çevre politikaları da literatür kaynaklarında yer almaktadır. Türkay’ın (2011: 467) ifade ettiği üzere, Hilton grubu dünyanın dört bir yanında yer alan ve buldukları bölgede doğal kaynaklara dayalı üretim yapan otellerinde, kaynak kullanımının etkinleştirilmesi, koruma çalışmaları vb. yürütmektedir. Özellikle enerji tüketimi, su tüketimi, karbon emisyonu ve çevresel atıkların azaltılması konularında 2014 yılı için ulaşabilecek net hedefler belirlenmiştir. Bu hedeflerin bir kısmı aşağıdaki tabloda listelenmiştir (Türkay (2011: 467).

Tablo 1. Hilton International Sürdürülebilirlik ve Çevre Politikası

Çevreye Bağlılığımız:

Hilton Worldwide sahip olduğumuz ve ortak olduğumuz işletmelerde beş yıllık zaman diliminde (2009-2014) şu azaltımları sağlayacaktır.

Enerji tüketimimizi %20 azaltacağız.

Yayıdığımız karbondioksit oranını %20 azaltacağız.

Su tüketimimizi %10 azaltacağız.

İleri sürdürülebilir tasarım ve yapı teknolojisi, otel operasyonları, kimyasal yönetimi kapsayan sürdürülebilir binalar ve operasyonlar

Dünya genelindeki tüm otellerimiz için düşük maliyetli, verimli enerji kaynağı olarak yenilenebilir enerjide aşama kat etmek.

Yukarıda altı çizilen politikalara ek olarak; (Demir, 2014:190) Hilton otellerinin geliştirdiği “Light Stay” adlı sürdürülebilirlik ölçüm sistemiyle tüm otellerini denetlemekte ve tarafsız bir değerlendirme kuruluşuna raporlama yaptırdığını ifade etmektedir. Ayrıca “IHG” (Intercontinental Hotel Group) otel zinciri, dünyada %100 işletmeciliğine sahip olduğu tesislerde oda başına enerji tasarrufu uygulamasını 3 yıllık zorunlu programa dahil etmiş; “Marriott” otel zinciri 10 yıllık bir program ile oda başına enerji ve su tasarrufu uygulaması ile birlikte yeni yapılacak tesisleri yeşil bina konsepti ile tasarlanmasını zorunlu kılmıştır. “Starwood” otel zinciri, yeni inşa edeceği “Element” otel işletmelerinde yeşil bina değerlendirme sistemi sertifikası alma yönünde taahhütte bulunmaktadır (Demir, 2014:190). Bu bağlamda, İstanbul’da “Marriott” zincirine bağlı olarak faaliyet gösteren “Renaissance İstanbul Polat Bosphorus” otelinde “trijenerasyon” adı verilen bir sistem kullanılmaktadır. Bu sistem doğalgaz jeneratörü mantığına dayanmakta, acil durumlarda binanın elektrik ihtiyacını karşılamakta ayrıca ısıtma sistemine de katkı sağlamaktadır. Bu sistem sayesinde otel binasının standart binalara göre %35 verim sağladığı düşünülmektedir. Doğalgaz kullanılarak elde edilen elektrik enerjisinin bir bölümü ile ısıtma ve soğutma suyu da sağlanmaktadır. Harcanan doğalgaz kullanılacak elektrik enerjisinden hem daha az miktarda hem de daha düşük maliyetlidir. Gri su sistemi ise oteldeki lavabo ve duşların gider sularının belli bölmelerde toplanıp bir takım kimyasallarla temizlenip ve filtre edildikten sonra tuvalet sifonlarında tekrar kullanılmasına dayanan bir sistemdir. Aynı tesis, inşaat süreçlerindeki sürdürülebilirlikten başlayarak; doğal ışıktan maksimum faydalanma, etkin iklimlendirme, artırılmış iç ortam kalitesi, çevre dostu malzeme kullanımı gibi birçok kriteri içeren “yeşil bina” konseptiyle, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından verilen “Yeşil Yıldız” belgesinin de sahibi olmuştur. Bakanlığın enerji, su ve atık yönetimi ile iç hava kalitesi gibi konularda gerekli kriterleri taşıyan otellere verdiği “yeşil yıldız” değerlendirmesinde, 250 taban puan üzerinden 334 puan alarak “LEED” (Enerji ve Çevre Dostu Tasarımda Liderlik) yeşil bina altın sertifikasını almaya hak kazandığı görülmektedir (Renaissance Polat Bosphorus Basın Bülteni, 2013).

Sürdürülebilirlik ve çevresel politikaların başarılı bir şekilde uygulanabilmesi için enerji kaynaklarının da verimli kullanılması gerekmektedir. Bu sadece işletmelerin veya makro politikalar açısından destinasyonların uygulama zorunluluğu ile ilgili değildir. Turizmde hizmet alıcıları açısından da değerlendirildiğinde tüketiciler çevre duyarlılığı olan işletme ve destinasyonlara karşı daha olumlu bakmakta ve bu tesisler tercih edilmektedir.

Bir araştırmaya göre iş seyahatinde bulunan turistler konaklama tesislerinin günlük uygulamalarında çevreye duyarlı olmasını beklemektedir. Araştırma sonuçları, bu turistlerin aşağıdaki özellikleri beklediğini göstermektedir (Cook vd. 2016: 351):

- Geri dönüşüm (%77)

- Enerji tasarruflu aydınlatma kullanımı (%74)
- Enerji tasarruflu pencerelerin olması (%59)
- Odadaki yer kartlarının misafirlerin çarşaflarının / havlularının değiştirilmesini istemedikleri talebini belirtmesine izin vermesi (%52)
- Çevreye zarar vermeyen temizlik ürünlerinin kullanımı (%49)

Konaklama endüstrisinde giderek artan robot teknolojisiyle en azından kısmen temizlenebilen, odanın iklimini ayarlama duyarlılığına sahip akıllı odalar inşa edilecek ve normal odalar akıllı odalara dönüştürülecektir (Cook vd. 2016: 350).

3.ENERJİ KAYNAKLARININ VERİMLİ KULLANILMASI

Elektrik, gaz ve petrol, oteller için temel ihtiyaçlardır. Isıtma, soğutma, aydınlatma, yemek pişirme ve her çeşit ekipmanı çalıştırabilmek için doğrudan ve dolaylı enerji kaynaklarına ihtiyaç vardır. Enerji verimini arttırmak için yerine getirilecek faaliyetlere aşağıdaki uygulamalar örnek verilebilir: (Maviş, 2006: 25-27; Becken, 2013; Khemiri ve Hassairi, 2005; Watson, Boudreau ve Chen, 2010 aktaran: Demir, 2014: 182-183).

- Otel odalarının sıcaklığı tam otomatik klimalı sistem ile kontrol edilmelidir. Otel odaları bilgisayara bağlanarak misafir otelden ayrıldığında ısıtma/soğutma kapatılmalıdır.
- Otel odaları kullanılmadığı zaman sıcaklık otomatik olarak klima kapatılmalıdır.
- Odalarda kompakt floresan lambalar kullanılmalı eski stil aydınlatma lambaları kullanılmamalıdır.
- Odalarda elektrik tasarrufu sağlayan “Energy Saver” sistemi kullanılmalıdır.
- Özellikle 24 saat yanan fazla enerji tüketen lambalar öncelikli olarak enerji tasarruflu lambalarla değiştirilmeli; oda koridorlarında halojen ampuller yerine LED ampullerin tercih edilmesi, aynı şekilde tesisin genel alanlarında aydınlatmaların enerji tasarruflu ve “dimmer”lı (Işığı azaltan ve çoğaltan anahtar) olması belirgin avantaj sağlayacaktır.
- İşletmenin genelinde ısı ve enerji kaybını önlemek için renkli cam tercih edilmelidir.
- Personel alanlarında enerji tasarrufu sağlamak için fotoselli armatürler kullanılmalıdır.
- Gece yarısından sonra genel aydınlatma gece moduna alınmalıdır.
- Otopark ve koridorlarda enerji tasarruflu lambalar hareketli detektörlerle açılıp kapanabilmelidir.
- Duvar ve tavanlar ışığın maksimum yansıtılması için açık renkli mat boyalarla boyanmalıdır.
- Pencere ve dış kapılar çift cam olmalı; sıcak ve soğuk havanın içeri girmesini engellemek için sızdırmaz yapılmalıdır.
- Isıtma, aydınlatma ve sıcak su sağlamada güneş enerjisinden yararlanmak için “Fotovoltaik” güneş panelleri kurulmalıdır.
- Rüzgar gücünden yararlanılıp; enerji etkinliği yaratılmalıdır.
- Mimari tasarım ile rüzgârın soğutma sisteminde kullanılması ve rüzgâr tribünleri ile elektrik sağlanması gerekmektedir.

- Enerji kaynağı olarak akarsulardan ve jeotermal enerjiden yararlanabilme, biokütleden (bitki ve diğer biyolojik materyallerden elektrik üretme) enerji sağlama, yeşil elektrik satın alma vb uygulamalar önemli katkı sağlayacaktır.

Enerji kaynaklarının verimli kullanılması hususunda ön plana çıkan enerji kaynaklarından birisi de jeotermal enerji kaynaklarıdır. Jeotermal enerji çoğunlukla yerkabuğundaki kayaçlarda, kayaçlardaki çatlakları, gözenekleri dolduran su, su buharı veya diğer akışkanlarda bulunur. Bu yayılmış enerjiyi kullanılabilir hale getirmek için önce büyük hacimlerdeki kayaç kütlelerinden toplanması ve sonra da bir boşaltım noktasına boşaltılması gerekmektedir (Özil, vd. 2012, s. 114). Ülkemizde 200'e yakın kaplıca bulunmaktadır. Bu kaplıcaların bir kısmı termal turizme yönelmişler ve otele dönüşmüş, İzmir-Balçova Termal Tesisleri gibi bir kısmı da fizik tedavi uygulamalarının yapıldığı termal sağlık otelleri olarak hizmet vermektedir (Haklıdır, 2008: 64; Aktaran: Dinçer ve Aslan, 2008, s.142). Türkiye'de jeotermal enerjinin doğrudan kullanımı daha çok merkezi ısıtma sistemleri vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Termal enerji kullanımının turizm sektörü için önemli kaynak oluşturduğu düşünülmektedir. Kaplıcalardaki termal enerji direkt olarak otellerde enerji tedarikinde kullanılabilen; termal otellere bu kapsamda hem maliyet düşüren hem de sürdürülebilirlik anlamında destekleyen bir kaynak oluşturmaktadır.

3.1.Yeşil Sertifika Programları

Türkiye'de turizm sektörünün dahil olabileceği ve uygulanmakta olan çeşitli yeşil sertifika programları ve standardizasyon sistemleri bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak, ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi; TÜROFED Beyaz Yıldız Çevre Programı; TUROB “Greening Hotels” programı; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı “Yeşil Yıldız Çevreye Duyarlılık” kampanyasını sayabiliriz. Aşağıdaki tabloda bu program ve sistemler kısaca özetlenmiştir (TÜSİAD, 2012: 63).

Tablo 2. Yeşil Sertifika Programları

<p>ISO 14001 standartlarına uyum programı</p> <ul style="list-style-type: none">• Enerji, su ve diğer girdilerde tasarruf sağlamak• Çalışanların sürece aktif katılımı• Bölgesel ve yerel topluluklar ile ilişkilerin gelişimi	<p>TUROFED – Diversey Beyaz Yıldız Çevre Programı</p> <ul style="list-style-type: none">• İşletmeleri performansa dayalı değerlendirme(A+,A,B)• Tesislerin yılda iki defa denetimi• Su, hava, enerji ve atık konularında operasyonel verimliliğin artırılması• Operasyonel maliyetlerden % 20 - % 80 oranında tasarruf sağlanması• Sektör verilerini kıyaslama olanağı veren “benchmarking” uygulaması
<p>TC Kültür ve Turizm Bakanlığı Yeşil Yıldız Çevreye Duyarlılık Kampanyası</p> <ul style="list-style-type: none">• 1993'ten beri verilen Çevre Dostu Kuruluş belgesinin güncel muadili.• “Çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi” hedefi• Enerji, su ve çevreye zararlı maddelerin tüketiminin ve atık miktarının azaltılması• Enerji verimliliğinin artırılması ve	<p>TUROB Greening Hotels</p> <ul style="list-style-type: none">• Dünyanın en büyük akreditasyon firmalarından “Bureau Veritas” tarafından düzenli denetim.• Tesislerin kapsamlı olarak enerji yönetimi, su tasarrufu, iç hava kalitesi, atık geri dönüşümü konularında ayrıntılı değerlendirilmesi

<p>yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşviki</p> <ul style="list-style-type: none">• Tesislerin yatırım aşamasından itibaren çevreye duyarlı olarak planlanması• Tesisin ve mimarisinin çevre ve ekoloji ile uyumunun sağlanması• Çevreye duyarlılık konusunda bilinçlendirme ve eğitim uygulamaları	
--	--

Turizm endüstrisi güneş, rüzgar, jeotermal enerji gibi yeni enerji teknolojileri ile birleşen enerji verimliliğine odaklanmaktadır. Birçok dünya ülkesinin 1997 yılında “Kyoto Protokolü”nü imzalamasından sonra, yenilenebilir enerji kaynaklarına dayalı elektrik üretiminin payı artmaya başlamış, bu artış yeni teknolojileri daha yüksek kapasiteli türbinleri ve alternatif kurulum ve üretim teknolojilerini de beraberinde getirmiştir (Özil, Şişbot ve Olgun, 2012, s.40). 1997 yılında imzalanan “Kyoto” protokolünden 18 yıl sonra çok dünyanın geleceği için çok daha faydalı olabilecek bir anlaşma olan “Paris Antlaşması”atmosfere en fazla zararlı gaz bırakan iki ülke olan Çin ve ABD dahil toplam 187 ülkenin imzalamasıyla birlikte 2015 yılında hayata geçirildi. Bu ülkeler dünyadaki toplam emisyonun % 96 sebep olmakta ve bu anlaşmayla birlikte azaltım için Ulusal Katkı Beyanlarını (Intended Nationally Determined Contributions) sundukları görülmektedir (Karakaya, 2015).

4.SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilir kavramının kaçınılmaz ilkelerinin başında yenilenebilir enerji kaynaklarının paylarının artırılması, enerji verimliliği ve tasarrufu çalışmalarının yapılması ve yönetilmesi gibi süreçler gelmektedir. Bu nedenle turizm endüstrisinin en önemli paydaşlarından birisi olan konaklama alanında faaliyet göstermekte olan işletmeler büyük önem arz etmektedir. Çevreye duyarlılığı daha yüksek olan otellerin daha fazla konuk tarafından tercih edilmesi durumunda, konaklama işletmeleri bu hassasiyetlerini devam ettirecektir.

Kültür ve turizm bakanlığı istatistiklerine göre 30 Haziran 2017 itibarıyla toplam 4670 adet otel ve tatil köyünden 404 tanesinin çevreye duyarlı konaklama tesisi kategorisinde olduğu görülmektedir (Kültür ve turizm bakanlığı istatistikleri, 2017). Bu durumda Türkiye’de faaliyet göstermekte olan konaklama işletmelerinden yaklaşık olarak % 91’inin çevre politikasını henüz oluşturmamış veya konuyla ilgili resmi bir girişimde bulunmamış tesislerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Çevreye duyarlı tesis sayısının artırılması için devlet teşviklerinin yanında bazı özendirme programları geliştirilebilir. Su, elektrik ve doğalgaz kullanım ve katı atık ücretlerinde belirli oranların altında faturalandırılan kullanım ücretleri düşük tutularak işletmelerin daha fazla tasarruf etmesi sağlanabilir. Bu ve benzeri tedbirlerle Türkiye’de çevreye duyarlı ve yenilenebilir enerji kaynaklarını daha fazla kullanan tesis sayısının artırılması sağlanmalıdır.

Türkiye’de turizm sektöründe son yıllarda yaşanan olumsuz gelişmeler nedeniyle ortaya çıkan kriz nedeniyle, başta Avrupa pazarı olmak üzere, Rusya ve diğer ülkelere gelen turist sayısında önemli oranda düşüş yaşandığı görülmektedir. Konaklama işletmelerinde, kriz fırsat çevrilerek oteller boş olduğu dönemlerde çevreye daha duyarlı hale gelecek şekilde bir yenileme çalışması yapılabilir. Tesislerde gerçekleştirilecek bir takım yapısal değişikliklerle başında “Yeşil” ibaresi bulunan farklı sertifikaları almak için girişimde bulunulabilir. Bu sayede, bu tür tesisleri çevre duyarlılığı yüksek olan ve standart otellere göre daha yüksek ücret ödemeyi kabul eden turistlerin tercih etmesi mümkün olacaktır (Korkmaz ve Atay, 2016:166). Ayrıca çevreye karşı duyarlılığı yüksek olan konaklama işletmeleri yasal baskılar ve rekabet gibi farklı nedenlerle sürdürülebilir turizm uygulamalarında söz sahibi olacaktır (Atay ve Dilek, 2013).

KAYNAKÇA

- Akın, G. (2006). Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi 46(2), 29-43.
- Atay, L. ve Dilek, E. (2013). Konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamaları: Ibis otel örneği, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1), 203-219.
- Bal, C. (2002). Ekoturizm. Aktaş, A. (Ed.), *First Tourism Congress of Mediterranean Countries* İçinde (s.52-64). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Cook, R. Hsu, C.H.C, Marqua, J.J. (2016). *Turizm Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği*, Ankara: Nobel, Beşinci basımdan çeviri.
- Demir, M. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Otel İşletmeleri. İçinde Kozak, M. (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm* (ss. 174-190). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demirkol, Ş. ve Çetin, G. (2014). *Turizm Politikaları ve Alternatif Yönetim Yaklaşımları*, Sakarya: Değişim Yayınları.
- Dinçer, M. Z. ve Aslan, Ö. (2008). *Sürdürülebilir Kalkınma, yenilenebilir enerji kaynakları ve hidrojen enerjisi: Türkiye değerlendirmesi*, İstanbul: İTO Yayını.
- Erdoğan, H., Gümüş, B., Efe, S. B., Kutlu, C. , Bayındır, H., Yakut, B. Y., Çıra, F., Aslan, R. (2009). Yoğunlaştırıcı Güneş Enerji Santralleri ve Ilısu HES'e Alternatif Olarak Güneydoğu Anadolu Bölgesine Uygulanabilirliği. *5.Yenilenebilir Enerji Kaynakları Sempozyumu*, İçinde (s.11-28). Diyarbakır: TMMOB.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2014). *Turizm ve Çevre*, (ss. 343-345), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karakaya, E. (2015). Paris Anlaşması: İçeriği ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. <http://www.sut-d.org/wp-content/uploads/2015/12/sut-d-paris-anlasmasi.pdf> (13.07.2017 tarihinde erişim sağlandı)
- Korkmaz, H., ve Atay, L. (2016). Otel İşletmelerinde Yeşil Pazarlama Uygulamalarının Rekabet Avantajına ve İşletme Performansına Etkisi, *Sosyal ve beşeri bilimler araştırmaları dergisi*, (2016), 17(38).
- Maviş, F. (2006). *Otel Mühendisliği (Enerji ve Su Kullanımına Yönelik Bir Araştırma)*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özil, E., Şişbot, S. ve Olgun, E. (2012). *Elektrik Enerjisi Teknolojileri ve Enerji Verimliliği*, İstanbul: TESAB.
- Renaissance Polat Bosphorus Basın Bülteni, (2013).
- Türkay, O. (2011). Çok Uluslu Turizm İşletmeleri Çevre ve Sürdürülebilirlik. İçinde Pınar, İ. (Ed.), *Uluslararası Turizm İşletmeciliği*, (ss. 467). Ankara: Nobel.
- TÜSİAD. (2012). Sürdürülebilir Turizm. Yayın No: TÜSİAD-T/2012-09/531.
- Birleşmiş Milletler (United Nations), World population prospects, 2015.

İnternet Kaynakçası

- https://www.eia.gov/energyexplained/?page=renewable_home (Erişim tarihi:20.10.2017)
- <http://www.scottmanning.com/archives/World%20Population%20Estimates%20Interpolated%20and%20Averaged.pdf> (Erişim tarihi:21.10.2017)
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html> (Erişim tarihi:25.07.2017)

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN YUSUFELİ'DE YAYLA TURİZMİ FAALİYETLERİ

Prof. Dr. Ünsal BEKDEMİR
Giresun Üniversitesi
Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Bölümü
unsal.bekdemir@giresun.edu.tr

Fatih UZUN
Giresun Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
giresunlu1@hotmail.com

ÖZET

Karadeniz yaylaları doğal ve kültürel zenginlikleri ile Türkiye'nin önemli turizm alanlarından biri olarak son yıllarda değer kazanmaya başlamıştır. Yaylaların en önemli turistik çekiciliği hiç kuşkusuz sahip olduğu doğal ve kültürel değerlerdir. Karadeniz Bölgesi'nin Doğu Karadeniz bölümü içerisinde yer alan Yusufeli ilçesi de sahip olduğu birçok yayla ile (Yaylalar Köyü Yaylası, Kılıçkaya (Aros) Yaylası, Altıparmak Köyü Yaylası, Tekkale Yaylası) zengin bir yayla turizmi potansiyeline sahiptir. Bu potansiyel yörenin turistik çekiciliğini önemli ölçüde artırmıştır. Son yıllarda ilçeye gelen yerli ve yabancı turist sayısının hızla artması bunun en önemli göstergesidir. Ancak turistik aktivitedeki bu gelişmeler yaylalardaki doğal ve kültürel çevrede birtakım bozulmalara, plansız ve düzensiz gelişmelere neden olmaya başlamıştır. Bu durum Yusufeli ilçesi yaylalarında sürdürülebilir bir turizm planlamasının yapılmasını, yaylaların korunması ve geleceğe miras bırakılması açısından önemli kılmaktadır. Böylelikle dışarıya önemli ölçüde göç veren yöre halkının da ekonomik açıdan kalkınmasına bir katkı sağlanabilecektir. Bu bağlamda çalışmanın amacı; Yusufeli ilçesindeki mevcut yaylaların turizm potansiyelini ve yapılabilecek turistik aktiviteleri sürdürülebilir bir turizm açısından değerlendirmek ve son yıllarda artan turizm baskısının ortaya çıkardığı sorunlara çözüm önerileri sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Yusufeli, Yaylalar, Yayla Turizmi.

IN TERMS OF SUSTAINABILITY IN PLATEAUS TOURISM ACTIVITIES IN YUSUFELİ

ABSTRACT

Black Sea highlands of Turkey's most important tourism as one of the areas with natural and cultural riches started to gain value in recent years. We appeal undoubtedly the most important of the plateau has to offer tourist is the natural and cultural values. The town of Yusufeli in the Eastern Black Sea Black Sea region in the Department and it's many plateaus (Highlands Highland village Kılıçkaya (Aros) Highland, Highland Altıparmak village of Tekkale Plateau) is a plateau rich in tourism potential. This potential tourist attractiveness of the region has increased significantly. The number of local and foreign tourists who came to the county in recent years is the most important indicator to increase rapidly. However, these developments in natural and cultural tourism activities in the highlands of unplanned and unregulated development cause some disruptions in the environment is becoming. This situation Yusufeli district sustainable tourism planning in the highlands of the plateau, leaving the protection of important in terms of legacy and future. Thus, emigration a contribution to the economic development of the local people out, you can store significantly. In this context, the aim of the study the current plateau in Yusufeli district and the tourism potential of sustainable tourism activities that can be done to assess in terms of tourism and in recent years increased tourism pressure to provide solutions to the problems uncovered.

Key Words: Sustainability, Yusufeli, Plateaus, Plateaus Tourism.

GİRİŞ

Tüm dünya ekonomilerinde ana sektörlerden biri olan turizmin sürekliliği, büyük ölçüde turizm amaçlı kullanılan kaynakların korunmasına ve geliştirilmesine bağlıdır. Günümüzde artan çevre duyarlılığı ve

çevre korumayla ilgili mücadeleler karşısında, turizm sektörü, artık çevreye daha duyarlı olmaya başlamıştır. Buna bağlı olarak da çevre bilinci artmış olan bir turist kitlesine hizmet verme uğraşısı içerisine girmiştir. Duyarlı kitle turizmi gereksinimi yanında, alternatif turizm, eko-turizm, doğa turizmi, bilinçli turizm gibi doğayı değiştirmeden ve bozmadan, kaynakları tüketmeden kullanan yeni turizm türlerine doğru bir yönelim başlamıştır. Bu durum, turizm sermayesi için yeni yatırım, üretim ve dolayısıyla yeni kar alanı olasılığını da artırmıştır. Bu tür tercih yapan insanlara mal ve hizmet satışı yapmak, pazar genişlemesini ve yayılmasını sağlamak için, turizm yatırımları genellikle kırsal kesimde ve yeşil doku içerisinde yoğunlaşmaya başlamıştır (Erdoğan ve Yağcı, 2002:1) .

Küreselleşme ve sürdürülebilirlik kavramları da bugün dünyada tartışılan iki önemli konudur. Son yıllarda sürdürülebilirlik kavramı hemen hemen tüm alanlara yansımıştır. Beşeri yaşamın bir gerekliliği olarak ortaya çıkmış ve tarımın, kentlerin, turizmin, teknolojinin ve benzeri unsurların sürdürülebilirliği, farklı alanlarda örnek niteliği taşımıştır. Hepsi farklı toplumsal boyuttadır, ancak ortak olan özellikleri insanın geleceğini konu almaları ve hangi alan için düşünülüyorsa o alanın kaynaklarının korunmasını amaç edinmeleridir (Beyhan ve Ünügür, 2005:79).). Kaynakların tahribi, nüfus artışı, teknoloji, az gelişmişlik gibi nedenler, sürdürülebilir kalkınma kavramının ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Sürdürülebilir kalkınma için yapılan tanımlar incelendiğinde bu kavramın; kaynakları tahrip etmeden ülkenin gelişim amaçlarına ulaşmayı hedefleyen, doğal kaynaklar kadar insan kaynağının da kalitesini arttırmayı amaç edinen, tüm bunları kısa bir süre için değil; kalıcı olarak yapmayı öngören bir kalkınma biçimi olarak düşünülmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır (Kaya, 1997:178).

Yeni tip turistlerin beklentileri, deniz-güneş-kum üçgeninin hâkim olduğu alışılmış turizm merkezlerinden uzak, doğa ile bütünleşmiş iyi bir hizmet ve bozulmamış temiz bir çevrede aktif bir tatil olarak özetlenebilir. Türkiye de, bu eğilimlere uygun olarak yeni turizm akımlarına uymak için, alternatif turizm çeşitlerinin oluşturulması doğrultusunda harekete geçmiştir. Ülkemizin turizm potansiyelinin temel bileşenleri sahip olduğu doğal, kültürel değerlerdir. Bu değerler, uzun vadede korunabildikleri sürece uluslararası turizm pazarındaki payımız hızla büyümeye devam edecektir. Bunun için özellikle turizm yörelerindeki arazi kullanma ve altyapı kararlarının gerek yerel, gerekse merkezi yönetimlerce doğru olarak verilmesi gereklidir. Altyapılarda kapasite üstü zorlamalar, doğal değerlerin yok olması tehlikesini de beraberinde getirecektir. Bu kararların verilmesi aşamasında, turizmin en önemli görevinin, daha fazla gelir elde etmekten ziyade, doğal, kültürel ve tarihi değerlerin korunarak kullanılması gerekliliği anlaşılmalıdır (Kaypak, 2010:94). Bu durum sürdürülebilir turizmin önemini ortaya koymaktadır.

Sürdürülebilir kalkınmanın bir aracı olarak kabul gören sürdürülebilir turizmin gelecekteki fırsatları koruyup geliştirmeyi gözetmesi, turistlerin ve ev sahipliği yapan bölgelerin ihtiyaçlarını karşılamayı öngörmesi, kültürel bütünlüğün, zorunlu ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemlerinin devamlılığını sağlaması ve nihayetinde ekonomik gerekleri karşılamasına yönelik sürdürülebilir turizm ürünleri yaratma çabalarını ortaya koyması gerekmektedir (Akıncı ve Kasalak, 2016:163).

Sürdürülebilir yayla turizmine bakıldığında ise ülkemizde bu konuda büyük gelişmelerin yaşandığını söylemek pek mümkün değildir. Çünkü ülkemizde yaylaların korunmadığı, yaylaları geleceğe miras bırakmanın veya turistik aktiviteler açısından zenginleştirmenin düşünülmediği görülmektedir. Tam da bu noktada sürdürülebilir yayla turizmini gerçekleştirmek amacıyla çok yol kat edilmesi gerekmektedir.

Doğu Karadeniz Bölümü içerisinde yer alan Yusufeli ilçesindeki yaylaların durumu da aynıdır. Yusufeli yaylaları sürdürülebilir turizme kazandırılması gereken birer doğa harikası olarak turistik aktivitelerin sürdürüldüğü mekânlardır. Fakat turistik aktiviteler sürdürülürken yaylaların doğal ortamında beşeri kaynaklı bozulmaların olduğunu görmek mümkündür. Bunların başında çöplerin doğal ortama bırakılması, değişik böcek ve kelebeklerin kaçakçılığının yapılması, yaban hayvanlarının avlanması, orman tahribatı gelmektedir.

Bu çalışmada; Yusufeli yaylalarının turistik açıdan değerlendirilme olanakları, yaylaların eko-turistik değeri, yaylalar üzerinde yürütülen ve yürütülebilecek turizm faaliyetleri, yaylaların sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi ve gelecek nesillere aktarılması üzerinde durulacaktır.

1. YUSUFELİ YAYLALARININ TURİSTİK AÇIDAN DEĞERLENDİRİLME OLANAKLARI

İlçenin en önemli turistik kaynaklarından biri olan yaylaların turistik açıdan çok fazla değerlendirilmediği görülmektedir. Değişik flora ve fauna elemanlarıyla farklı görsel enstantaneleri bünyesinde barındırmakta olan yaylaların turistik açıdan değerlendirilmesi büyük öneme sahiptir. Ayrıca ilçedeki her bir yaylanın farklı özellikler barındırması da önemli konulardandır. Örneğin: Yaylalar Köyü Yaylası'nda trekking, dağcılık, foto safari gibi etkinlikler gerçekleştirilirken, Kılıçkaya (Aros) Yaylası, Demirkent Yaylası, Narlık Yaylası gibi yaylalarda festivaller ve şenlikler gerçekleştirilmektedir (Şekil 1). İlçede bulunan bu yaylalar ve bu yaylalara benzer diğer birçok yaylada turistik aktivitelerin çeşitlendirilmesi gerekmektedir.



Şekil 1: Çeşitli Festivaller ve Şenliklerin Düzenlendiği Yusufeli İlçesinde Bulunan Kılıçkaya (Aros) Yaylasından Bir Görünüm. (Artvin Çoruh Üniversitesi Yusufeli Meslek Yüksekokulu Aros Yaylası Gezisi, 2017).

İlçedeki turistik aktivitelerin çeşitlendirilmesi, ilçenin tarihi, kültürel özelliklerinin tanıtılması amacıyla geçmiş yıllarda "Geçmişten Geleceğe Yusufeli Sempozyumu" düzenlenmiş fakat tanıtım, reklam ve pazarlama olanaklarının yetersizliği nedeniyle ülke ve bölge çapında gerekli ilgiyi görmemiştir. Ayrıca ilçede turistik aktivitelerin gelişmemesinin önündeki en büyük nedenlerin arasının aşırı engebeli oluşu ve sermaye eksikliği olarak gözlenmektedir. Ancak ilçedeki bu aşırı engebeli durumun fırsat olarak görüp, yaylalarda turistik aktivitelerin geliştirilmesi için gerekli çalışmaların yapılması gerekmektedir. Çünkü ilçedeki yaylaların gerek flora ve fauna özellikleri gerekse görsel turistik potansiyeli çok yüksektir.

Değişik doğal ortamları, yaban hayvanlarını, kırsal yaşamı, farklı kültürel güzellikleri barındıran ilçedeki yaylalarda yapılacak aktivitelerin çoğaltılması sayesinde yurt içi ve yurt dışından turistlerin dikkati çekilecek, böylelikle yaylalara turistik açıdan bir canlılık gelecektir. Bütün bu çalışmalar yapılırken yaylaların sahip olduğu turistik değerlerin korunması sürdürülebilir turizm açısından oldukça önemlidir.

2. İLÇEDEKİ YAYLALARIN EKOTURİZM POTANSİYELİ

Ekoturizm; ekolojik turizmin kısaltılmış halidir. Eko-turizm, doğayı bozmayan ve koruyan bir turizm anlayışını ifade etmektedir. Bu tür doğayı koruyucu anlayış 1980'li yıllarda ortaya çıkmıştır. Dünyada, hızlanan gelişmeler, turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel kaynaklar üzerindeki olumsuz etkileri ve bu etkilerin turizmin kendi geleceğini tehlikeye attığının anlaşılmasına başlanması, kaynakların daha uzun dönemli kullanımına dayanan turizm türlerini gündeme getirmiştir (Erdoğan, 2003:2).

Gelişen turistik faaliyetler içerisinde belki de en önemlilerinden biri eko-turizmdir. Yeğen'e göre eko-turizm; görelî olarak daha az tahrip olmuş doğal alanlarda yapılan, çevreye karşı sorumlu bir seyahat ve konaklama şeklidir. Doğanın ve ona eşlik eden şimdiki ya da geçmiş, tüm kültürel niteliklerin değerini fark etmek ve tadına varmak amacıyla yapılmaktadır (Yeğen, 2007:140). Bu bağlamda ekoturizmin şehrin stresinden, gürültüsünden, hava kirliliğinden, betonarme evlerinden çok uzak, doğal ve kırsal kültürü yüksek alanlarda yapıldığı sonucuna varabiliriz.

Eko-turizm sıklıkla duyulan bir sözcük haline gelmişse de doğa turizmini tanımlayan tek kavram değildir. Örneğin doğa turizmi, macera turizmi, kırsal turizm, ekolojik turizm, yeşil turizm, sorumlu turizm, alternatif turizm, bilinçli turizm, yayla turizmi, kültürel turizm ve tarım turizmi gibi kavramlar da doğa turizmini tanımlamakta kullanılmaktadır. Dünya Koruma Birliği (IUCN)'ne göre eko-turizm; daha az bozulmuş olanların tercih edildiği, geçmişteki ve günümüzdeki kültürel özelliklerle birlikte yabani bitki ve hayvanların, manzara güzelliklerinin zevk alınarak izlendiği, alanın sahip olduğu doğal ve kültürel kaynakların korunması ve geliştirilmesinin desteklendiği bir turizm türü şeklinde tanımlanmaktadır (Kuvan, 2002:422).

İlçenin eko-turizm potansiyeline bakıldığında, yörede birçok ekolojik sahanın bulunduğunu görmek mümkündür. Eko turizm açısından önem arz eden bu sahaların başında hiç kuşkusuz yaylalar ve dağlık alanlar gelmektedir. Bu sahalar flora ve faunanın ortaya çıkardığı değişik enstantanelerle birlikte çok zengin bir orman örtüsü ve yeşil alanla kaplıdır. Ayrıca ilçedeki yaylalardaki kırsal yaşam ve yaylalarda gerçekleştirilen hayvancılık faaliyetleri de turistler açısından önem taşıyan faktörlerdendir.

İlçedeki yaylaları eko-turizm açıdan zengin kılan bir diğer unsur ise çeşitli yabani hayvanların bir arada bulunduğu zengin bir ekosisteme sahip olmasıdır. Bu hayvanlar içerisinde en fazla önem taşıyanları ise; yaban horozu (ürkeklik), yaban keçisi, ayı, karaca, kurt, tilki, çakal, domuz gelir (Şekil 2). Ancak Türkiye'de bulunan 410 kelebek türünden 200 tanesinin Yusufeli yaylaları ve yüksek yerlerinde barınması ilçeyi yaban hayatı bakımındanayrı bir önem kazandırmıştır. İlçedeki yaylaların soğuk suları içerisinde Kafkas semenderi, su yılanı gibi ender rastlanan canlılar da görülmektedir. Yaban hayatındaki bu zenginlik foto safari severler, kelebek gözlemcileri, ekolojik araştırma ve bilimsel araştırma gezileri yapan turistlerinoldukça ilgisini çekmektedir.



Şekil 2: Yusufeli İlçesi Yaylalarında Ender Rastlanan Dağ Horozundan Bir Görünüm. (Black Grousephotos, 2017).

3. YAYLALARDA YÜRÜTÜLEN VE YÜRÜTÜLEBİLECEK TURİZM FAALİYETLERİ

Yayla ile ilgili farklı tanımlar kullanılmaktadır. Tunçdilek (1967)'e göre yayla; yazın belli bir süre içinde hayvan otlatmak, ziraat yapmak ve geçimin karşılanmasında yarar sağlayan her türlü işte çalışmak, hatta dinlenmek için çıkılan veya gidilen, köyün hayat sahasının dışında kalan, çoğu kez köyü ortak mülkü olan, köyden ayrı ve çoğu zaman pek uzak olmamakla birlikte sosyo-ekonomik bağlarla tamamen veya kısmen bağlı bir yer; veya köyün esas geçim sahasına ekli ikinci bir bölümdür (Tunçdilek, 1967:138). Doğanay'a (1997) göre yayla; yazları çıkılan, bir süre kullanılan ve ekonomik faaliyetlerde bulunulan yerleşme şekli ve bölgesidir (Doğanay, 1997:490). Sonuç olarak yaylalar, yaz mevsiminde insanların geçici olarak kaldıkları dönemlik kırsal yerleşme alanlarıdır.

Yusufeli'nde isesöz konusu bu geleneksel yaylacılık faaliyetleri devam etmekle birlikte oldukça azalmış durumdadır. Yaylalardan turizm ve rekreasyon amaçlı olarak yararlanılmaya başlanmıştır (Uzun, 2017:138). Bu bağlamda ilçedeki yaylalarda günümüzde yapılmakta olan birçok turistik faaliyet mevcuttur. Bunlardan önde gelenleri trekking, botanik turizmi, foto-safari, av turizmidir (Şekil 3). Ayrıca son zamanlarda Rize ile sınır oluşturan Kaçkar Dağları üzerinde gelişim gösteren heliski sporunun da yapılabildiği gözlenmiştir. Bunun yanı sıra tur kayağı diye adlandırılan, hem yürüyüp hem kayak yapmaya dayalı bir kayak türü de son yıllarda yapılmaya başlanmıştır.



Şekil 3: İlçedeki Yaylalar Üzerinde Av Turizmi Açısından Önem Taşıyan Av Keçileri Bulunmaktadır. (Memurlar.net haber portalı, 2013).

Son yıllarda, kentlerde yaşayanların pahalı, kalabalık ve doğallığı bozulmuş kıyı mekânlarından uzaklaşarak kırsal alanlarda tatilini yapma isteği yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu istekle kırsal alanlarda dinlenmek, farklı kültürlerle birlikte olmak ve yöresel etkinliklere katılmak kırsal turizmin gelişimini hızlandırmış ve iyi eğitilmiş, kültürlü, yüksek gelirli kişilerin dikkatini çekmiştir. Tarımsal faaliyetlerin yürütüldüğü alanlarda gerçekleşen kırsal turizm, kırsal mekanların turizm türü olan köy, çiftlik, yeşil, tarım turizmini de kapsayan ortak bir ad olarak kullanılmaktadır (Soykan, 2000;21-22). Bu nedenle tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin yürütüldüğü yaylalar bozulmamış doğal güzellikleriyle turistleri cezbetmektedir.

Bu kapsamda ilçedeki yaylalar üzerinde kırsal turizm öğelerine de rastlamak mümkündür. Günümüzde yaylacılık faaliyetleri azalmış olsa da ilçenin birçok yaylasında kırsal yaşam ve yayla kültürü yaşatılmaktadır. Bahar aylarında çeşitli şenliklerle çıkılan yaylalarda hayvancılık faaliyetleri yürütülmekte, güz aylarına yaklaşıldığında ise havalarında soğumasıyla birlikte kalıcı yerleşmelere (köy) inildiği gözlenmektedir. Buna bağlı olarak kırsal yaşamın içerisinde yer almak, değişik kültürleri tanımak, tertemiz yayla ve dağ havası solumak, soğuk yayla suları içmek, lezzetli yayla ürünlerini tatmak isteyen gezici turistler için ilçedeki yaylaların cazip fırsatlar sunduğu görülmektedir.

Ayrıca, ilçedeki Tekkale Köyü Yaylası, Altıparmak Köyü Yaylası, Narlık Köyü Yaylası, Kılıçkaya (Aros) Yaylası, Yüksekoba Yaylası, Sarıgöl Köyü Yaylası gibi yaylalar üzerinde ise her yıl boğa güreşleri, festivaller ve şenlikler yapılmaktadır. Bu durum yöredeki turistik faaliyetlere canlılık getirdiği gibi halkın birbiriyle kaynaşması bakımından da önem arz etmektedir. Güreş ve festivaller esnasında ilçeye önemli ölçüde yerli ve yabancı turistin geldiği görülmektedir.

İlçede inşası devam eden barajlar ve HES'ler sebebiyle de turizm faaliyetlerinin yaylalara doğru kaydığı görülmektedir. Bu nedenle yaylalardaki turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi önem taşımaktadır. İlçedeki yaylalar üzerindeki turistik faaliyetlerin hem çeşitlendirilmesi hem de sürdürülebilirliğinin sağlanması için yaylalar üzerinde gerekli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bunun için öncelikle yaylaların eko-turizm olanaklarının geliştirilmesi, yaylalardaki doğal alanların korumaya alınması, Altıparmak Yaylası'nın olduğu gibi yaylaların doğa koruma alanı ilan edilmesi, sürdürülebilir yayla planlamalarının yapılması ve benzeri koruma önlemleriyle de yaylalardaki turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği sağlanabilir.

Gelecekte ilçedeki yaylalarda geliştirilebilecek turistik aktivitelere ise; öncelikli olarak yamaç paraşütü,zipline (iki dağ veya tepe arasında teleferik üzerinde yapılan spor türü), atlı doğa yürüyüşü,

kuş gözlemciliği, heliski sporu, dağcılık ve kayak sporudur. Yaylalar bu turistik aktivitelerin de yapılmasına uygun hale getirilmesi durumunda, ilçedeki yaylalar bölgenin sayılı yayla turizm merkezlerinden biri haline gelmesi sağlanacaktır.

4. YAYLALARIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ VE GELECEK NESİLLERE AKTARILMASI

Turizm Örgütü tarafından sürdürülebilir turizm şöyle tanımlanmaktadır “Turistlerin, sektörün, çevrenin ve ev sahibi halkın gereksinimine yönelerek şimdiki ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerini dikkate alan turizmdir.” TÜSİAD’ın 2012 yılında yayınladığı rapora göre sürdürülebilir turizm sektörü kontrol etmek ve olumsuz etkilerini yönetmek anlamını taşımakta ve yerel halka ekonomik ve sosyal fayda sağlama ve çevreyi koruma adına çok özel bir yere sahiptir. Sürdürülebilir turizm, çevreyle bütünleşik turizm gelişmesi tartışmasında anahtar kelime haline gelmiştir (Sezgin ve Karaman, 2008:430). Bu nedenle sürdürülebilir turizmde doğal çevreyi bozmadan, değiştirmeden, tahrip edip, kirletmeden turistik faaliyetleri yürütmek esastır.

Bu kapsamda sürdürülebilir turizm; eko-turizmle de bağlantılı ve iç içe geçmiş turizm şeklidir. Ekoturizm; ekolojik turizmin kısaltılmış halidir. Ekoturizm, doğayı bozmayan ve koruyan bir turizm anlayışını ifade etmektedir. Ekoturizm Uluslararası Doğa Koruma Birliği’nin (IUCN) tanımına göre, eğlenmeyi, doğayı ve kültürel kaynakları anlayarak korumayı destekleyen, düşük ziyaretçi etkisi olan ve yerel halka sosyo ekonomik fayda sağlayan, doğal alanlara karşı çevresel acıdan sorumluluk taşıyan seyahat ve ziyaretir (Kaypak, 2010:95). Eko-turizme eş terimler olarak yeşil turizm, alternatif turizm, doğa turizmi, yaban turizmi, kültürel turizm kullanılmaktadır. Ekoturizm, değerbilirlik, katılımcılık, duyarlılık ruhu içinde nispeten doğal özelliklerini koruyan alanları ziyaret eden kişi olarak tanımlanan eko-turist biçimini ortaya çıkarmaktadır. Bu turist tipi yaban hayatını ve doğal kaynakları kullanırken tüketici bir anlayışla yaklaşmaz. Eko-turizm çevresel, ekonomik ve sosyal ilişkiler bütünüdür. (Kasalak, 2014:52-53). Sürdürülebilir turizm ve eko-turizm kavramları birbirini tamamlayan turizm türleri olarak görülmektedir.

Bu bağlamda yöredeki yaylalar üzerinde de sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin yürütüleceği alanlar mevcuttur. Özellikle Altıparmak Köyü Yaylası (Altıparmak Tabiat Koruma Alanı), Kılıçkaya Köyü (Aros) Yaylası, Narlık Köyü Yaylası, Yüksekoba Yaylası, Yaylalar Köyü Yaylası, Yüncüler Köyü Yaylası, Dokumacılar Köyü Yaylası gibi yaylalar sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi gereken yaylalar olarak görülmektedir (Şekil 4). Bu yaylalar üzerinde yapılan kırsal turizm ve eko-turizm faaliyetlerinin yaygınlaştırılması sürdürülebilir turizm açısından büyük önem taşımaktadır. Yaylalardaki doğal dokuyu bozmadan, çevreye katı atık, taşıt baskısı, aşırı taşıt yolu, doğa tahribatı ve benzeri faktörlerden koruyarak turistik faaliyetleri gerçekleştirmek sürdürülebilir turizm açısından bir zorunluluktur. Bu nedenle yaylaları bu koşullar altında değerlendirebilmek için bir takım çalışmalar yapmak gerekmektedir. Bunlardan en önemlisi yüksek yerlerde kurulacak olan gözetleme ve ikaz kuleleridir. Ayrıca yaylalardaki yer-yön ve işaretleme sistemlerinin geliştirilmesi de önemli hususlardan biridir.



Şekil 4: İlçedeki Yaylalar Köyü (Olgunlar) Yaylasından (Kaçkar Turizm Merkezi) Bir Görünüm.(Olgunlar Yaylası-Yusufeli-Artvin, 2010).

Nitekim ilçedeki yaylaların aşırı engebe, ulaşım sıkıntıları, sermaye (yatırım) eksikliği gibi nedenlerle geçmiş yıllarda tercih edilmediği görülse de günümüzde küresel ısınma ve doğaya olan ilginin artmasıyla birlikte bu yaylalara olan ilginin de arttığı görülmektedir. İlçedeki yaylaların kırsal turizm, botanik turizmi, trekking, kamp-karavan turizmi, dağcılık, foto-safari, araştırma inceleme, atlı doğa yürüyüşleri, gezi gözlem amacıyla gelen turistler için ideal yerler olduğu görülmektedir. Yaylalardaki kırsal yaşam, hayvancılık faaliyetleri, çobanlık hayatı, içten ve samimi yöre halkı da sürdürülebilir turizm faaliyetleri için büyük öneme sahiptir. Ayrıca yaylalar üzerinde ve yüksek kesimlerinde yer alan buzul gölleri, sirkler, U vadiler, hörgüç kayalar da turistik açıdan önem taşıyan görseelliği yüksek alanlardır. Doğayı koruma ve gelecek nesillere aktarma amacı güden sürdürülebilir turizm faaliyetleri sayesinde, gelecek nesillerin de günümüzde yaylalarda yapılan turistik faaliyetlere yenilerini ekleyerek devam etmeleri sağlanmış olacaktır. Böylelikle yöre halkının ekonomik ve sosyal hayatına canlılık gelecek ve yöreden dışarıya olan göçlerin az da olsa önüne geçilebilecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yusufeli’nde yer alan yaylalar son yıllarda gelişme gösteren yeşil turizm esprisini yaşatan ve yansıtan önemli turistik alanlardandır. Sözü edilen yaylalar zengin florası, faunası, temiz havası, gür akarsuları, yöreye özgü geleneksel meskenleri, kültürel değerleri, olağanüstü manzara güzellikleriyle zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Bu değerlerden bir veya bir kaçının değiştirilmesi yaylaların özelliğini yok etmek için yeterlidir. Suyu olmayan veya kirlenmiş olan, bitki örtüsü yok olmuş veya gürültülü bir yayla ortamı düşünülemez. Bu nedenle yaylalar çok hassas ekolojik ortamlardır.

Yusufeli ve çevresi, sanayi ve ticaretin gelişmediği ve bunları geliştirebilecek kaynakların da oldukça sınırlı düzeyde bulunduğu bir yöredir. Bu nedenle yıllardır ülkemizin dışarıya en fazla göç veren yerleri arasındadır. Yörede turizm geliştirilmesi bu bakımdan önem taşımaktadır. Özellikle bahsi geçen Altıparmak Köyü Yaylası (Altıparmak Tabiat Koruma Alanı), Kılıçkaya Köyü (Aros) Yaylası, Narlık Köyü Yaylası, Yüksekoba Yaylası, Yaylalar Köyü Yaylası, Yüncüler Köyü Yaylası, Dokumacılar Köyü Yaylası gibi yayla-dağ turizm imkanları açısından büyük bir potansiyel taşıyan alanların iç ve dış turizme açılması, yörenin ekonomik açıdan kalkınabilmesi için oldukça önemlidir.

Ancak, bu gibi yaylaları turizme kazandırmak uğruna, bugünkü doğal ve kültürel yapıların bozulmaması gerekir. Gerçi bu yaylalar ulaşım zorlukları nedeniyle turistik aktivite çok gelişmediği için halen doğal ve kültürel yapılarını koruyabilmişlerdir. Bu durum şimdilik turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından olumlu sayılabilir. Çünkü yaylalar üzerinde ne kadar az insan ve taşıt baskısı olursa, doğal ortam o derece az bozulacak, çevre daha az etkilenecek ve insan faktörünün tahribatı en aza inmiş olacaktır. Bu sayede yaylaların sürdürülebilirlik açısından korunması ve gelecek nesillere aktarılması sağlanabilecektir. Ayrıca yaylalar üzerinde sürdürülebilir turizm veya eko-turizm faaliyetlerini gerçekleştiren turist sayısı ne kadar artsa da kitle turizminde olduğu kadar fazla olmayacaktır. Bununla birlikte günümüzde Yusufeli'ndeki yaylalar üzerinde de turistik faaliyetlerin gittikçe arttığı fakat çevrenin yeterince korunmadığı, yaban hayvanlarının avlandığı, halkın turizm konusunda yeterli bilince sahip olmadığı görülmektedir. Tespit edilen bu sorunların giderilmesi yaylalardaki turistik faaliyetlerin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir. Hiç kuşkusuz, gelecekte turizmden en kazançlı çıkacak alanların, doğalını bozulmadan korunabilen alanlar olacağını hatırdan çıkarmamak gerekir.

KAYNAKÇA

- Akıncı, Z., Kasalak, A., M., (2016). Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Açısından Özel İlgi Turizminin Yeri ve Önemi. Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, S: 1 – s: 161-182, Konya.
- Doğanay, H., (1997). *Türkiye Beşeri Coğrafyası*. MEB Eğitim Dizisi, İstanbul.
- Erdoğan, N., Yağcı, Ö., (2002). Sürdürülebilirlik Bağlamında Eko-turizmin Sosyal, Ekonomik ve Çevresel Etkiler Bakımından Değerlendirilmesi. Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Bağlıca Kampusu, Ankara.
- Erdoğan, N. (2003), *Çevre ve (Eko)Turizm*, Erk Yayınları, Ankara.
- Beyhan, Ş., G., Ünügür, M., Ş., (2005). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli. İTÜ Dergisi, Cilt: 4, S: 2, s: 79-87, İstanbul.
- Kasalak, M. A., (2014). Ekoturizm Girişimcilerinin İnnovasyonaYatkınlığının Ölçülmesi: Muğla Yöresinde Yer Alan Ekolojik Oteller Kapsamında Bir Alan Araştırması. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.Konya, Türkiye: Selçuk Üniversitesi.
- Kaya, İ., (1997). Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Bir Değerlendirme. Doktora Tezi, Balıkesir.
- Kaypak, Ş., (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği. Alanya İşletme Fakültesi Dergisi S: 2/2 s: 93-114, Antalya.
- Kuvan, Y., (2002). "Korunan Alan-Turizm İlişkilerine Yönelik Kavramsal İrdeleme", First TourismCongress Of MediterraneanCountries (17-21 Nisan 2002), Antalya/Turkey.
- Sezgin, M.,& Karaman, A. (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s: 429-438.
- Soykan, F. (2000). Kırsal Turizm ve Avrupa'da kazanılan Deneyim. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Yıl:11, Mart-Haziran, s.21-33.
- Tunçdilek, N., (1967). Türkiye İskan Coğrafyası: Kır İskanı: (Köy-Altı İskan Şekilleri). İstanbul Üniversitesi Coğrafya Enstitüsü, Yayın No: 49, İstanbul.
- Uzun, F., (2017). Yusufeli ve Çevresindeki Turizm Potansiyeli. Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler ve Türkçe Eğitimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Giresun.
- Yeğen, Y., (2007). Çevre ve Ekoturizm. Eko-diyalog Projesi. MeltekMatbaacılık Basım Tanıtım San. Ltd. Şti., Ankara.

Elektronik Kaynaklar

- Arvin Çoruh Üniversitesi Yusufeli Meslek Yüksekokulu Aros Yaylası Gezisi: <http://www.artvin.edu.tr/tr/birimetkinlik/148/264/yusufeli-meslek-yuksekokulu-ogrencileri-kilickaya-aros-yaylasina-gezi-duzenledi> Erişim Tarihi: 15 Haziran 2017.
- Black Grousephotos:<http://www.nature-pictures.org/foto/69/> Erişim Tarihi: 12 Haziran 2017.
- Memurlar.net haber portalı: <http://www.memurlar.net/haber/447126/> Erişim Tarihi: 13 Haziran 2017.
- Olgunlar Yaylası - Yusufeli-Artvin -(2010) <http://metinerinc.com/?content/pictures1/Katalog+303.jpg> Erişim Tarihi: 19 Haziran 2017.

BEYDAĞLARI SAHİL MİLLİ PARKI'NIN KORUMA KULLANMA BAKIMINDAN DURUMU VE SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞİMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Arş. Gör. Serdar CEYLAN
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi,
Coğrafya Bölümü
serdar_ceylan_51@hotmail.com

Prof. Dr. Mehmet SOMUNCU
Ankara Üniversitesi, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi
Coğrafya Bölümü
somuncu@ankara.edu.tr

Özet

Beydağları Sahil Milli Parkı, Akdeniz Bölgesi'nde, Antalya ilinin batısında yer almaktadır. Milli Park 1972 yılında ilan edilmiş olup 31.165 hektarlık bir alana sahiptir. Bu çalışmanın amacı, Beydağları Milli Parkı'nın tarihsel gelişimi içerisindeki koruma ve kullanım durumunu anlamak ve parkın sürdürülebilir gelişimi üzerine bir değerlendirme yapmaktır. Araştırmada verilerin toplanmasında nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Bu çerçevede araştırma, mevcut kaynakların değerlendirilmesi, saha gözlemleri ve görüşme yöntemleri kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler betimsel olarak analiz edilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre Milli Park yüksek biyoçeşitliliğe sahip dağ ve kıyı ekosistemlerini barındırmakta olup hassas bir alandır. Ayrıca, antik yerleşmeler olan Olympos, Phaselis ve Idyros Milli Parkın içinde yer almaktadır. Bununla birlikte, mevsimlik turizm baskısı ve turizm arzına bağlı olarak yapılaşma alanlarının sınırlarının genişlemesi milli park alanını tehdit etmektedir. Milli Park'ın uzun devreli gelişim planı mevcuttur. Bu planın varlığının milli parkın korunması ve sürdürülebilirliği için önemli bir araç olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Milli park, turizm, sürdürülebilirlik, Beydağları, Antalya, Turkey.

AN EVALUATION ON THE CONSERVATION AND UTILIZATION EQUILIBRIUM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF BEYDAĞLARI COASTAL NATIONAL PARK

Abstract

Beydağları Coastal National Park is in the west of Antalya province in Mediterranean region, Turkey. The National Park was established in 1972 and has 31.165 hectares of area. The aim of present study is to understand the conservation and usage case of the Beydağları National Park in its historical development and to evaluate the sustainable development of the park. Qualitative research techniques used in the study for collection of data. In this context, research was carried out by using methods such as field observation, interview and evaluation of available resources. The obtained data were analysed descriptively. According to the findings of the research the National Park is host to mountain and coastal ecosystems, which have high biodiversity and it is a fragile land. Furthermore, the ancient settlements Olympos, Phaselis and Idyros are situated within the national park. However, the pressure of seasonal tourism and the expansion of the boundaries of the settlement areas due to tourism supply threaten the national park area. The Park has a long-term development plan. The existence of this plan is thought to be an important tool for the conservation and sustainability of national parks.

Keywords: National park, tourism, sustainability, Beydağları, Antalya, Turkey.

1. GİRİŞ

İlkçağlardan itibaren yeryüzünde hızla artan nüfus, süratle gelişen endüstrileşme, plansız kentleşme ve yetersiz eğitim, doğanın ve doğal kaynakların hızla tahribine neden olarak özellikle toprakların aşınıp taşınması, su kaynaklarının hızla azalması tehlikesini ön plana çıkarmaktadır (Bayer, 1993:22). Bu

nedenle, doğal alanların tahribatı, kaçak ve bilinçsiz avlanma sonucu canlı türlerinin hızla yok olması, “milli park” kavramının doğmasına neden olmuştur. Milli park kavramı, tehdit altındaki doğal alanların korunması için yasal bir araç olarak ortaya atılmıştır. Kısa sürede benimsenen bu kavram çerçevesinde korunacak doğal alanlar belirlenmiştir. Bu tür alanları için fiziksel sınırların çizilebilir olması, koruma sınırlarının tespitini kolaylaştırmış, planlı ve kontrollü eylemler için olanak sağlamıştır (Cırık, 2007:45). Milli parklar, doğa turizmi ve ekoturizm gibi doğayı deneyimlemek için önemli yerlerden birisidir (Fennel ve Nowaczek, 2010). Estetik amaçlar, koruma, rekreasyon ve turizm amaçlı olarak tasarlanan bu alanlar (Frost ve Hall, 2009), popüler turist çekim bölgeleridir. Ancak turizmin çoğu milli parkta hızlı gelişmesi, doğal çevre hakkında ciddi endişelere neden olmaktadır (Eagles ve McCool, 2002; La Page, 2010). Dünyada çoğu park yöneticisi, ziyaretçilerin büyüyen taleplerini karşılamak için aktivitelerin farklı türlerini geliştirme, konaklama ve daha fazla ziyaretçi faaliyetleri sağlama konularında baskı altındadır (Huang, Deng, Li, Zhong, 2008; Xu ve Fox, 2014: 142). Örneğin Kanada'nın milli parkları, ülke boyunca doğal peyzajı temsil etme, biyoçeşitliliği sürdürme ve korumada önemli bir rol oynamaktadır. Kanada'nın 44 milli parkı 2012-2013 sezonu boyunca 12,7 milyon ziyaretçiye ev sahipliği yapmıştır (Thede vd., 2014:626). Bu milli parkların turizm merkezi haline getirilmesi, doğal güzelliklere sahip bu bölgelerdeki turist ziyaretlerinin artmasına ve bu bölgelerin en çekici olan el değmemiş doğasının zarar görmesi ihtimalini de beraberinde getirmektedir. Bu yüzden bu alanlarda sürdürülebilir turizm ilkeleri doğrultusunda hareket edilmesi çok büyük bir önem arz etmektedir (Temizkan ve Yıldırım, 2014:127). Bu nedenle, bu tür alanların koruma kullanma dengesi içinde devam etmesi için zonlama, taşıma kapasitesi, giriş ücretlerinde yeni düzenlemeler, ziyaretçi yönetim planı, yönetim planı, uzun devreli gelişim planını yapılması gerekmekte ve yapılacak planların sürdürülebilirlik yaklaşımı temelinde izlenmesi ve değerlendirilmesi gerekmektedir.

Milli parklardaki turizm ve rekreasyon faaliyetlerinin ekonomik girdileri oldukça fazladır. Döviz kazancı sağlama, istihdam oluşturma, yerel ekonomileri çeşitlendirme, yerel endüstrileri teşvik etme, ulaştırma ve haberleşme altyapısı ile yerel halka fayda sağlama birkaç temel faydalar olarak ifade edilebilir (WTO/UNEP, 1992). ABD'de bulunan *Grand Canyon Milli Parkı* 1993 yılında yaklaşık 5 milyon kişi tarafından ziyaret edilerek, hemen hemen toplam taşıma kapasitesine ulaşmıştır (Adler ve Glick, 1994, 46-50). Ekvator'daki *Galapagos Milli Parkı* yılda en az 700 bin dolar doğrudan turizm geliri elde etmiş ve 25 milyon dolar bu parktan gelir elde edebileceği belirlenmiştir (WTO/UNEP; 1992:6). Kenya'da turizm gelirlerinin büyük bir bölümünü milli park ve benzeri koruma alanlarından sağlamaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006: 42-45).

Dünyada milli parklar, ilk olarak ABD'nin Kaliforniya eyaletinde Yosemite Mevki'ndeki doğal güzellik ve özelliklerinin (manzara, morfolojik yapı, şelaleler, dev sekoya ağaçları) korunması fikri ile 1869 yılında başlamış ve 1872 yılında Yellowstone Milli Parkı Kanunu ile bu bölge milli park ilan edilmiştir (Bayer, 1993:22). Bu ülkeyi sırasıyla 1879 yılında Avustralya, 1885 yılında Kanada, 1894 yılında Yeni Zelanda izlemiştir. 1914 yılına kadar Arjantin, İsveç ve İsviçre ülkeleri de milli parklar oluşturmuştur (Holdgate, 1995). Milli parkçılığın 19. yüzyılda Kuzey Amerika'da ilk başlangıç yıllarında kurulma nedeni sadece koruma değil, aynı zamanda ticari amaçlıdır. Kuzey Amerika, milli parkçılık fikrinin gelişiminde öncülük etmiştir. Kanada'da milli parklarının yüzölçümü ile dünyada birinci sıradadır. Kanada'da bulunan 35 milli parkın toplam yüzölçümü 180 bin km² olup, bu alan ülke yüzölçümünün yaklaşık yüzde 2'sidir. Ülkenin *Wood Buffalo Milli Parkı* 45 bin km² yüzölçümü ile dünyanın en büyük milli parkıdır (Demir ve Çevirgen, 2006:33-34). Avrupa Konseyi, BM Eğitim Bilim ve Kültür Organizasyonu (UNESCO), Dünya Yaban Hayatı Koruma Birliği (IUCN), Uluslararası Milli Parklar ve Muhafaza Alanları Komisyonu (CNPPA), Avrupa Tabiat Parkları ve Milli Parklar Komisyonu, BM Çevre Programı (UNEP) doğayı koruma konusunda örgütlenmiş uluslararası kuruluşlardır (Bayer, 1993:23).

2. TÜRKİYE'DE MİLLİ PARKLARIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Türkiye'de gelecek nesillere insan eli ile bozulmamış doğal çevreyi ve kaynakları kapsayan ve kültürel varlıkları da bırakmak düşüncesi önem kazanmaktadır (Bayer, 1993:22). Bu doğrultuda Türkiye'de ilk kez 1956 yılında yürürlüğe giren *6831 Sayılı Orman Kanunu'nun* 25. Maddesi ile yasal

bir uygulama alanı bulan milli park çalışmaları, 1976 yılında *Milli Parklar ve Avcılık Genel Müdürlüğü*'nün kurulması, 1980 yılında Orman Bakanlığı'nda *Milli Parklar Dairesi* kurulması, 1983 yılında çıkarılan *2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu*'nun çıkartılması, 1991 yılında *Milli Parklar Av ve Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü*'nün Orman Bakanlığı'nda kurulması gibi yasal ve kurumsal bir takım düzenlemeler yapılmıştır (Demir ve Çevirgen, 2006:35). Mili Parklar Kanunu, ulusal ve uluslararası düzeyde değerlere sahip milli park, tabiat parkı, tabiat anıtı, tabiat koruma alanlarının seçilip belirlenmesine, özellik ve karakterleri bozulmadan korunmasına, geliştirilmesine ve yönetilmesine ilişkin konuları düzenlemektedir. Kanun'da Milli Park1, bilimsel ve estetik bakımdan ender bulunan doğal ve kültürel kaynak değerleri ile koruma, rekreasyon ve turizm alanlarına sahip tabiat parçaları olarak tanımlanmaktadır (Cırık, 2007:46).

Türkiye'nin günümüzde 40 milli parkı bulunmaktadır (Tablo 1). Bu parkların toplam yüzölçümü (8.286.143 dekar) ülke yüzölçümüne kıyasla dünya ortalamasına göre oldukça düşük kaldığı görülmektedir. Türkiye'nin ilk milli parkı 1958'de ilan edilen *Yozgat Çamlığı Milli Parkı*'dır. Listeye en son giren milli park ise, 2015 yılında ilan edilen *Sakarya Meydan Muharebesi Milli Parkı*'dır (Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, 2015a,b). Ayrıca Türkiye'nin günümüzde 203 tabiat parkı bulunmaktadır. Tabiat parkları 969.574 dekar alanı kaplamaktadır. İlk tabiat parkı 1983 yılında ilan edilen *Ölüdeniz-Kıdrak Tabiat Parkı* (Muğla)'dır. Listeye en son giren tabiat parkı ise, 2015 yılında ilan edilen *Isırlık Tabiat Parkı* (Rize)'dir.

Tablo 1. Türkiye'nin Milli Parklarının Kaynak Türlerine Göre Durumu

Milli Parklar	Sayı	Alan (Dekar)	% (Alan)
Doğal kaynak değerli milli parklar	32	7.113.507	85,9
Tarihi ve kültürel kaynak değerli milli parklar	8	1.172.636	14,1
Toplam	40	8.286.143	100

Kaynak: Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2017a.

Türkiye'de dağlar, vadiler, kanyonlar, göller, ormanlar, plajlar, koy ve körfezler doğal kaynak zenginlikleri olarak en çok koruma altına alınan alanlardır. Ancak son zamanlarda savaş alanlarının da kültürel miras değerleri olarak korunması gerektiği bilinci ile savaş alanlarının ve antik (sit/arkeolojik) alanların da milli park statüsünde koruma altına alındığı görülmektedir (Tablo 2). Ancak tarihi ve kültürel kaynak temelli milli parkların sayısının doğal kaynak temelli milli park alanlarının sayı ve toplam yüzölçümüne göre oldukça az olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Türkiye'nin Tarihi ve Kültürel Kaynak Değerli Milli Parkları

Milli Parklar	Lokasyon	Yıl	Alan (Dekar)
Başkomutan Tarihi Milli Parkı	Afyon	1981	409.477
Göreme Tarihi Milli Parkı	Nevşehir	1986	96.136
Boğazköy-Alacahöyük Milli Parkı	Çorum	1988	26.004
Nemrut Dağı Milli Parkı	Adıyaman	1988	138.272
Troya Tarihi Milli Parkı	Çanakkale	1996	135.171
Sarıkamış-Allahuekber Dağları Milli Parkı	Kars	2004	225.198
Nenehatun Tarihi Milli Parkı	Erzurum	2009	3.874
Sakarya Meydan Muharebesi Tarihi Milli Parkı	Ankara	2015	138.504
			1.172.636

Kaynak:Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2017a.

Türkiye'de korunan alanlar ve özellikle milli parklar üzerine bilimsel çalışmaların giderek arttığı görülmektedir. Bu çalışmalar genelde, mili parkların turizm ve rekreasyon potansiyeli (Doğanay,2003; Ceylan, 2004; Zaman, 2008; Alaeddinoğlu ve Aliagaoglu, 2007), turizmin ekonomik katkılarının değerlendirilmesi (Talay vd., 2010), turizmin etkileri ve görülen sorunlar (Türker ve Öztürk, 2013; Uzun vd., 2014; Sütgibi, 2008;Somuncu, 1998, 2003) koruma-kullanım durumu ve sürdürülebilirlik

(Bekdemir vd., 2010; Zaman ve oşkun, 2012; Somuncu, 1986; Somuncu ve Yiğit, 2007, 2008, 2010), planlama (Temizkan ve Yıldırım, 2014, Somuncu, 2000, 2004), arazi kullanımı ve mekansal analiz (Tağlı, 2006; Aydınözü vd., 2012; Özdemir vd., 2010), park yönetimi (Arı, 2003) gibi konularda olduğu görülmektedir.

Altındere Milli Parkı, yoğun rekreasyonel kullanımların baskısı ile karşı karşıyadır. Yoğun kullanımlar nedeniyle milli park çevresinde orman örtüsü önemli ölçüde tahrip edilmiştir. Bu şekilde ortaya çıkan doğal denge bozulmaları, özellikle yaban hayatlarının yaşam alanlarını daraltmıştır. Doğadaki bu dengenin bozulması sonucu milli parktaki doğu ladini ağacına zarar veren *Dendroctonus micans* adlı bir böcek türemiştir. Altındere milli parkı içerisinde yer alan Sümela manastırı çevresinin sit alanı durumuna getirilmesi, kurumlar arasında yetki karmaşasına neden olmaktadır (Doğanay, 2003). Büyük Menderes Deltası Milli Parkı ise, sanayi ve yerleşimlerden kaynaklanan kirlenici unsurlardan çok fazla etkilenmiştir. Atık su deşarjları, endüstriyel faaliyetler, tarımsal faaliyetler ve jeotermal kaynaklı doğal salınımlar vasıtasıyla delta kirlenmektedir (Sütgibi, 2008).

Tablo 3. Milli Parkların Rekreasyonel Aktiviteleri ve Çekicilikleri

	Milli Parklar (MP)	Lokasyon	İlan Yılı	Alan (Dekar)	Rekreasyon Türleri	Alanın Çekicilikleri
1	Yozgat amlığı MP	Yozgat	1958	2.669	1, 2	a, c
2	Karatepe-Aslantaş MP	Osmaniye	1958	41.429	2, 14	a, n
3	Soğuksu MP	Ankara	1959	11.870	1, 2, 3	A
4	Kuş Cenneti MP	Balıkesir	1959	170.583	4, 5	m, a
5	Uludağ MP	Bursa	1961	130.240	6, 8, 11	g, a
6	Yedigöller MP	Bolu	1965	16.230	1, 3, 4, 7, 13	b
7	Dilek Y.-B. Menderes Deltası MP	Aydın	1966	275.981	2, 4	d, g, a
8	Spil Dağı MP	Manisa	1968	68.010	1, 2, 4, 13	g, a
9	Kızıldağ MP	Isparta	1969	551.059	1, 4, 3, 13	b, g
10	Güllük Dağı- Termessos MP	Antalya	1970	66.999	1, 3, 4, 13	n, b
11	Kovada Gölü MP	Isparta	1970	65.507	1, 3, 4, 7, 13	b, e
12	Munzur Vadisi MP	Tunceli	1971	426.744	1, 4, 13	g, a
13	Beydağları Sahil MP	Antalya	1972	311.658	1, 3, 4, 13	n, b
14	Köprülü Kanyon MP	Antalya	1973	357.191	1, 3, 4, 10, 13	n, b, g
15	İlgaz Dağı MP	Kastamonu	1976	11.176	1, 4, 6, 13	b
16	Başkomutan Tarihi MP	Afyon	1981	409.477	15, 17	o
17	Göreme Tarihi MP	Nevşehir	1986	96.136	16, 17	g, h
18	Altındere Vadisi MP	Trabzon	1987	44.677	2, 4, 16, 17	p, b, e
19	Boğazköy-Alacahöyük MP	Çorum	1988	26.004	13, 16, 17	n, p
20	Nemrut Dağı MP	Adıyaman	1988	138.272	16,17	e, p
21	Beyşehir Gölü MP	Konya	1993	868.551	4, 5, 7, 13, 16	p, h, b, m
22	Kazdağı MP	Balıkesir	1994	209.348	3, 4, 13	A
23	Kaçkar Dağları MP	Rize	1994	529.700	8, 9, 13	e, g, h, a
24	Hatila Vadisi MP	Artvin	1994	169.437	4, 8, 13	b, g, h, a
25	Karagöl-Sahara MP	Artvin	1994	32.509	1, 4, 9, 13	l, b
26	Altınbeşik Mağarası MP	Antalya	1994	11.466	4	g, h
27	Aladağlar MP	Niğde	1995	550.644	3, 13, 11	e, h
28	Marmaris MP	Muğla	1996	292.060	4, 8	h, a
29	Saklıkent MP	Muğla	1996	16.432	1, 3, 4, 7	a, l
30	Troya MP	Çanakkale	1996	135.171	16, 17	n, h
31	Honaz MP	Denizli	1998	94.289	3, 4, 13, 16, 17	n, g, h, b
32	Küre Dağları MP	Kastamonu	2000	377.533	2, 3, 4, 16, 17	a, c, g, h, n, p
33	Sarıkamış-Allahuekber Dağları MP	Kars	2004	225.198	15, 17	a, o
34	Ağrı Dağı MP	Ağrı	2004	880.148	4, 8, 11, 13	H
35	Gala Gölü MP	Edirne	2005	60.868	4, 5	k, i, m
36	Sultan Sazlığı MP	Kayseri	2006	243.576	4, 5	k, i, m
37	Tek Tek Dağları MP	Şanlıurfa	2007	193.352	16, 17	n, p, a
38	İğneada Longoz Ormanları MP	Kırklareli	2007	31.550	4, 5	a, h, f

39	Nene Hatun Tarihi MP	Erzurum	2009	3.874	15, 16, 17	o, p
40	Sakarya Meydan Muharebesi Tarihi MP	Ankara	2015	138.504	15, 17	o, p

(1) piknik, (2) dinlenme-eğlenme, (3) kampçılık, (4) fotoğrafçılık, (5) kuş gözlemciliği, (6) kayak-kar sporları, (7) olta balıkçılığı, (8) ekoturizm, (9) yaylacılık, (10) rafting, (11) dağcılık, (12) tırmanma, (13) doğa yürüyüşü, (14) arkeolojik kalıntılar, (15) tarihi savaş alanı ziyareti, (16) tarihi eski yerleşimler, (17) kültürel miras değerleri

(a) doğal bitki ve hayvan toplulukları, (b) doğal bitki toplulukları, (c) kalıntı orman, (d) maki florası, (e) manzara-peyzaj güzelliği, (f) deniz ve kıyı ekosistemi, (g) jeolojik yapı, (h) jeomorfolojik oluşumlar, (i) göller- göl ekosistemi, (j) şelaleler, (k) sulak alanlar, bataklık, turbalık, (l) hidrolojik-hidrografik özellikler, (m) zengin ve çeşitli kuş toplulukları, (n) arkeolojik kalıntılar, (o) tarihi savaş alanı, (p) kültürel değerler

Kaynak: Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2017b'den derlenerek hazırlanmıştır.

Milli park olarak koruma altına alınan alanlar, doğal ve kültürel kaynak değerlerinin korunması temelinde gelişmektedir. Ancak bu alanların sınırları içerisinde kalan yerleşmeler, kamu alanları ve diğer donatıların yönetilmesi ve idaresinde bazı dönemlerde birtakım sorunlarla karşılaşabilmektedir. Geçmiş dönemlerde alanın sıkı bir korunması ve birçok faaliyetin yasaklanması şeklinde bir yönetim anlayışı görülürken, günümüzde kontrollü ve planlı bir kullanım ile sürdürülebilirlik ilkesi ile farklı bir yaklaşım izlenmektedir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Beydağları Milli Parkı'nın tarihsel gelişimi içerisindeki koruma ve kullanım durumunu anlamak ve parkın sürdürülebilir gelişimi üzerine bir değerlendirme yapmaktır.

Araştırma soruları:

- Milli parkta koruma kullanma dengesi nasıl işlemektedir?
- Turizm, milli parkın korunması ve sürdürülebilir gelişiminde nasıl bir etkide bulunmaktadır?
- Milli parkın alansal olarak daralmasında turizmin rolü nedir?

Araştırma, nitel araştırma deseninde yürütülmüştür. Antalya Orman Bölge Müdürlüğü Milli Parklar Şube Müdürlüğü'nden araştırma alanı ile ilgili uzun devreli gelişim planı ve kurumsal raporlar temin edilmiştir. Milli park alanında yer alan Tekirova, Çıralı, Olimpos ve Adrasan sahillerinde 2017 Haziran döneminde saha araştırması yapılmıştır. Yapılan gözlemler ve gerçekleştirilen görüşmeler sonucu sahadan güncel veriler toplanmıştır (Tablo 4). Ayrıca internet haberleri üzerinden elde edilen ikincil veriler ile araştırma alanının geçmiş yıllarda yaşadığı idari-yönetimsel sorunlar görülmek istenmiştir. Sahillerde yapılan görüşmeler ses kaydına alınmış ve daha sonra metne aktarılarak betimsel olarak analiz edilmiştir. Toplanan tüm veriler betimsel olarak analiz edilmiş ve alanın korunması ve sürdürülebilir gelişimi için öneriler çalışma sonunda belirtilmiştir.

Tablo 4. Alanda Görüşme Yapılan Paydaşların Meslekleri/Görevleri

	Kod	Meslek / Görev	Görüşme Yerleri
1	K1	Orman Bölge Müdürlüğü, Milli Park Müdür Yardımcısı	Merkez -Antalya
2	K2	Yamaç paraşütü personeli	Tekirova
3	K3	Yerel halk (Çadır ve karavan Kamp alanı işletmecisi)	Tekirova
4	K4	Yerel halk (Cafe işletmecisi)	Çıralı
5	K5	Yerel halk (Otel eski işletmecisi)	Çıralı
6	K6	Yerel halk (Otel işletmecisi)	Çıralı
7	K7	Yerel halk (Turizm acentecisi)	Çıralı
8	K8	Yerel halk (Esnaf-hediyelik eşya)	Çıralı
9	K9	Yerel halk (Otel işletmecisi)	Olimpos
10	K10	Yerel halk (Otel işletmecisi)	Olimpos

4. BULGULAR

4.1. Beydağları Milli Parkının Ekosistemi ve Ekolojik Durumu

Beydağları Sahil Milli Parkı, Akdeniz Bölgesi'nde Akdeniz ili sınırları içerisinde, Kemer ve Kumluca ilçelerinde yer almaktadır. 1972 yılında milli park ilan edilerek korunan alanlar içerisine alınan park, 80 km'lik kıyı şeridi boyunca uzanmaktadır (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, IV. Bölge Müdürlüğü, 2017, 2017c; Orman ve Su İşleri Bakanlığı Beydağları UDGP Raporu, 2015: 3). Batı Torosları oluşturan genç Beydağları, ana kaya itibariyle başlıca serpantin ve kalkerlerden oluşmaktadır (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2017c). Toros Dağları'nın batı uzantılarından olan Beydağları grubu (Tekedoruğu, Bakırlı Dağı, Tahtalı Dağı, Kızlar Sivrisi) yürüyüş, tırmanış ve kamp alanları olarak bölgede dikkat çekmektedir (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Kıyı bölgelerinde kızılçam olan orman örtüsü, yüksek basamaklarda yerini karaçam ve sedire bırakmaktadır. Milli park, otsu flora yönünden zengin olup, parktaki bine yakın bitki türünden 25 tanesi parka özgü endemik türlerden oluşmaktadır. Parkta 154 adet Türkiye endemiği de bulunmaktadır. Akdeniz iklim tipinin bitki topluluklarını sergileyen orman ve maki örtüsü içerisinde sakız ağacı (*pistacia terebinthus*), yabani zeytin (*olea oleaster*), sandal (*arbutus andrache*), keçiboynuzu (*ceretonia ciliqua*), defne (*laurus nobilis*), tesbih (*styrax officialis*) başta olmak üzere 865 bitki türü alanda tespit edilmiştir (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2017c). Parkın fauna çeşitliliği arasında ayı, kurt, tilki, yaban keçisi (*capra aegagrus*), vaşak (*felis lynx*), sincap, kirpi, şah kartal (*aquila heliaca*) gibi sayıları her geçen gün azalan kara canlıları bulunmaktadır. Ayrıca nadir de olsa Akdeniz fokuna rastlanılmaktadır. Türkiye'de bulunan 456 kuş türünün 72 adedi milli parkta görülmektedir. Deniz kaplumbağalarının yumurta bıraktığı Çıralı sahilleri özel koruma altındadır (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2017c). Görüşme yapılan katılımcıların düşünceleri de alanın ekolojik yönü ve hassaslığı üzerine olduğu görülmektedir. Ancak konuyla ilgili farklı görüş belirtenlerin de olması dikkat çekmektedir.

"...Burada bir hafta kalın her otelde bir havai fişek patlatılıyor. Havai fişek patlatılan yer de kuş mu kalır karga mı kalır serçe mi kalır caretta mı kalır. Sonuçta insan rahatsız oldu mu onlar (caretta) da rahatsız oluyor" (K2, Tekirova Sahili).

"...Caretta Carettalar bizim buraya çıkmıyor. Çok uzun yıllar önce, bundan 25-30 yıl önce geliyorlardı. Şimdi her taraf otel oldu. Işık, gelmez ki ona. Her taraf aydınlatma, sabaha kadar müzik çalıyor oraya gelir mi caretta" (K3, Tekirova Sahili).

"...Milli park (yetkilileri) her gün burada. Şenzlogta sınır belli, deniz kenarından 5 metre yukarıya kaldırılıyor. Her gün denetleniyor. Yapılaşma her şey gözetim altında. Halk çok duyarlı zaten, onu yapacağım bunu yapacağım diye çok ısrar etmiyor. Biz akşam olduğu zaman, Caretta olayı olduğu için, 12 den sonra ışıkları açmayız. Yumurtlama dönemi başladı mesela şuanda dikkat ederiz. Haziranda başlar yumurtlama dönemi Eylül 10 una kadar sürer, yumurtlama-çıkma falan. ...Burada canlı müzik yapsak da saat 12'den sonra kapatırız" (K4, Çıralı Sahili).

"Caretta şimdi geçmişe nazaran çok daha iyi korunuyor. Onların yumurtlama mevsiminde jandarma olur, doğa gönüllüleri olur. Saat 10'dan sonra sahilde telefon ışığı bile yaktırmazlar. Yüksek sesle müzik açtırmazlar size. Saat 10'dan sonra sahildeki restoranlar ışıklarını kapatmak zorunda. Işık olduğu için caretta sahile gelmiyor. Carettaların yumurtladıkları yerleri belirliyor gönüllüler, demir kafes koyuyorlar üzerine. Hem insanlardan hem yabani hayvanlardan hem köpeklerden korumak için böyle şeyler yapıyorlar. O açıdan şimdi çok daha iyi korunuyor" (K7, Çıralı Sahili).

4.2. Beydağları Milli Parkının Kültürel Kaynak Durumu

Antik çağlarda Likya olarak bilinen bölgenin doğusunda yer alan milli park, tarih öncesi dönemlerden beri yerleşmeye sahne olmuştur. Nitekim sahilin kuzeyindeki Beldibi mağarasındaki buluntular bu tezi doğrulamaktadır (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, IV. Bölge Müdürlüğü, 2017, 2017c; Orman ve Su İşleri Bakanlığı Beydağları UDGP Raporu, 2015: 3). Pamfilya ve Likya sahilleri arasında bulunan Milli parkın yaklaşık 100 km'yi bulan sahilinde Olimpos, Phaselis, İdyros antik şehirleri yer almaktadır. Sahilin ilk ve en önemli tarihi yerleşmesi M.Ö. 7. yüzyılda Rodos Krallığı tarafından

Phaselis'te kurulan bir koloni ile başlamıştır. Üç limana sahip olan bu antik şehir, Ege ve Akdeniz sahil kıyı yerleşmeleri ile ticaret bağlantıları kurmuştur. Antik şehre su taşıyan kemerlerin bir kısmı günümüze kadar ulaşmıştır. Askeri limanların kalıntıları, domination agorası, ana cadde, Hadrian kapısı, tiyatro, surlar, nekropol, aquadukt, tapınak kalıntıları günümüze ulaşan alandaki kültürel miras değerleridir. Antik şehrin nekropol ve tapınak kısmında henüz kazı çalışması yapılmamıştır. Phaselis'te toprak üstünde görülen kalıntıların hepsi Roma dönemine aittir. (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2017c;Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). **Olimpos**, Antalya'nın güneyinde Phaselis'ten sonra ikinci önemli liman kentidir. Kentin kalıntıları Helenistik, Roma ve Bizans dönemlerine aittir. Olimpos limanı, tarihte korsan limanı olarak bilinmektedir. Erken Hıristiyanlık döneminde önemini koruyan şehir, Genç Hıristiyanlık döneminde önemini yitirmeye başlamıştır. Kent, 11. ve 12. yüzyılda Venedikli ve Cenevizli tüccarların ticaret merkezi olmuş, ancak 15. yüzyılda Osmanlı deniz üstünlüğü ile bu egemenlik son bulmuştur. Antik şehirde Homeros'un İlyada'sında geçen Kimera ve Bellerofon efsanesine konu olan çok eski zamanlardan beri yanan bir gaz alevi bulunmaktadır. Yamaçtan çıkan bu gaz nedeniyle burası "*Yanartaş-Çıralı*" olarak bilinmektedir. Antik şehrin ortasından geçen çayın kenarına gemilerin yanaşmasına imkân veren rıhtım ve diğer yapıların önemli bir kısmı tahribat görmüş olmasına rağmen varlığını korumaktadır. Olimpos'un son dönemini yansıtan Ortaçağ kalesi, derenin denizle birleştiği yerin batısında bir köprü'nün ayağı, bir tapınağa ait duvar parçası, sütun başlıkları, tiyatro, Bizans bazilikası, kıyıya yakın yerde hamam kalıntıları günümüze ulaşan değerlerdir (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2017c;Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

"...(Otelci) foseptik çukurunun içine akşam kirli suyu basıyor. Sineklerden kokudan durulmuyor. Burada çok acil bir altyapı lazım. Burada kanalizasyon yok. Herkes bahçesinin içine 3-4 metre çukur kazıyor onun içine kanalizasyon atıklarını veriyor. Ben de 5-6 tane çukur var. Gece kazıyorum gece döküveriyorum. Önceden sit alanı olduğu için kanalizasyon sistemi yoktu. Şimdi de belediye yaptırır mı yaptırmaz mı bilmiyorum" (K10, Olimpos Sahili).

"...Burada turizm olmasa burası daha iyi korunur diyemeyiz. Ama ben buranın eskisini biliyorum. Kalabalıktan dolayı şimdi kimse girip harabede (Olimpos antik kent) altın arama, kazma, taş kırma yapamıyor. Ama ben eskiden görüyordum, adam elinde kazma kürekle buradan geçip gidiyor, kazıyordu. Şimdi çat desen jandarma gelip gidiyor. Günde 3 sefer jandarma gelip gidiyor. Yapma şans yok ki şimdi. Tenha oldumu her şeyi yaparsın kalabalık oldumu hiçbir şeyi yapamazsın. ...Antik kentin korunması şimdi eskisinden çok iyi. Şimdi müze de 3 yıldır kazma temizleme çalışmaları yapıyor" (K10, Olimpos Sahili).

4.3. Beydağları Milli Parkının Turizm ve Rekreasyon Durumu

Milli park, Türkiye'nin en önemli turizm merkezlerinden "*Güney Antalya Turizm Gelişim Bölgesi*" ile alansal olarak çakışmaktadır. Bu nedenle, milli parkın sahil şeridinde çok sayıda turizm tesisi bulunmaktadır. Milli park ile etkileşim halinde olan 71 turizm tesisinin toplam yatak kapasitesi 55.855'dir. Bu tesislerden 48'i tüm kullanımlarıyla milli park içinde kalmakta, 7'sinin bir bölümü milli park içinde kalmakta, 162'sinin otel yapısı milli park dışında olup sahil kullanımları milli park içinde kalmaktadır. 71 tesisten 69'u Kültür ve Turizm Bakanlığı tahsisli olup, sadece 2 tesis Orman ve Su İşleri Bakanlığı tahsislidir (Orman ve Su İşleri Bakanlığı Beydağları UDGP Raporu, 2015).

Başlangıç tarihi 1977 yılına uzanan "*Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi*" Antalya Limanı'ndan Gelidonya Burnu'na uzanan 80 km uzunluğunda, 3 km derinliğindeki bir alanı hedef seçmiş olup, kitle turizmine kısa zamanda cevap verecek toplu yatak kapasitesi oluşturmak amacıyla başlatılmış bir projedir. Proje alanı içinde Kemer, Göynük, Çamyuva, Tekirova, Adrasan belediyeleri ile Ulupınar, Beycik, Yazır ve Ovacık köyleri yer almaktadır. Phaselis ve Olimpos başta olmak üzere birçok antik kent de bu proje alanı içinde kalmaktadır (Orman ve Su İşleri Bakanlığı Beydağları UDGP Raporu, 2015).

Milli parkın farklı bölgelerinde çeşitli deniz sporları, piknik, çadır kamp, yürüyüş, arkeolojik alanları görme-gezme gibi rekreasyonel aktiviteler yapılabilmektedir. Doğal bitki toplulukları ve arkeolojik kalıntılar milli parkın çekiciliklerini oluşturmaktadır (Tablo 3). Kemer-Beldibi mevkiinden başlayıp, Tekirova'ya kadar olan bölüm, genellikle ince kumlardan oluşan doğal bir plajdır. Kemer merkezde belediye plajı, yat limanı yanındaki Ayışığı plajı ve Phaselis plajı denize girmek için tercih edilen

plajlardır. Ayrıca Antalya'nın doğal bir limanı olan Andrasan, kayalık ve ince kumlu doğal plajı ve güzel manzarası ile dikkat çekmektedir (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Tekirova, Çıralı, Olimpos ve Adrasan sahillerine gelen ziyaretçilerin yüzme, güneşlenme, kamp yapma, yürüyüş, bisiklete binme, antik alanları gezme gibi farklı rekreasyonel aktiviteleri milli park içinde yaptıkları görülmektedir. Tahtalı Dağları'ndan teleferik ile manzara seyretme ve bu dağın zirvelerinden Tekirova sahillerine uzanan yamaç paraşütü sporu alanda görülen diğer rekreasyonel aktivitelerdir.

Endemik bitki türleri bakımından Türkiye'nin en zengin bölgelerinden birisi olan Akdeniz Bölgesi'nde ve yerelde Antalya İli'nde bitki gözleme açısından zengin bir biyo-çeşitlilik potansiyeli bulunmaktadır. Antalya'nın milli parkları ve tabiat koruma alanları başta olmak üzere, Beydağları Sahil Milli Parkı'nda bitki inceleme faaliyetleri sürdürülebilir (Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

Kemer, Tekirova sahilleri kitle turizminin doğrudan görüldüğü, yabancı turistlerin kıyı kenarındaki büyük otellerde konakladığı görülürken, Çıralı, Olimpos ve Adrasan sahillerinde daha çok yerli turistler görülmektedir. Özellikle Olimpos sahili, kamp yapan genç yerli turistlerle dikkati çekmektedir. Tekirova'da betonarme 13 otele rastlanırken, Çıralı ve Olimpos sahillerinin gerisinde "bungalov" olarak isimlendirilen, demir direkler üzerine inşa edilen tek katlı ahşap pansiyon/aparatlara izin verilmektedir. Adrasan sahili gerisinde de bungalov evler(apartlar) sıkça görülmektedir.

Görüşme yapılan katılımcılar, alanın korunmasına turizmin olumlu bir katkı sağladığını ve korumayı geliştirdiğini belirtmektedir:

"...Tekirova da toplam 13 otel var. Sahil de sadece bi bizim burası var boş alan olarak. Buraya da yapılırsa sahilde 14 otel olacak. Biz senede buradan 250-300 bin lira kazanıyoruz, otel yapsak daha fazla kazanacağız. ...biz de düşünüyoruz otel yapmayı" (K3, Tekirova Sahili).

"...Burada yüzde 95 turizmle uğraşılıyor. Turizmin çevreye olumsuz etkisi olmaz çünkü bölgenin geçim kaynağı turizm olduğu için turizm çevreyi koruyor. Buranın halkı iyidir, duyarlıdır" (K4, Çıralı Sahili).

"...Turizm faydalı tabii, bir zararı yok. Köylünün genci yararlanabiliyor. Malının varsa meyveni satabiliyorsun. Tavuğun varsa yumurtanı satabiliyorsun" (K5, Çıralı Sahili).

"...Buranın bir milli park olduğunu farkında olanlar da var olmayanlar da var. Buranın içinde kendi yerli halkı var. Bunlar bunun ne kadar farkında bilmiyorum. Ama buraya dışarıdan gelenler buranın hassaslığının öneminin daha farkında. ...Buradaki işletmeler buranın öneminin farkında" (K7, Çıralı Sahili).

"...Halkın ne kadar duyarlı olduğunu bilmiyorum fakat esnaflarda bir farkındalık var. Burada turizm olmasa burası çok daha fazla kötü olur. Burada en azından turizm olduğu için halk da biraz daha şey yapıyor. Şöyle söyleyim, burayı korumaları lazım ki buraya en azından müşteri gelebilsin. Buraya gelenler buranın milli park olduğunu biliyor" (K7, Çıralı Sahili).

"...Bu alan korunmalı. ...Burada da yapılan yapılar burayı koruyor. Çünkü yapılan nedir ahşaptır. Zaten portakal bahçesinin içine bungalov yapılıyor. O yeşilliği koruyor. ...Bu tür yerlerde devletin (yerel) halka imkân vermesi gerekiyor. Yani dışarıdan birilerine ihale vermek değil, halka imkân vermesi gerekiyor. ...Burayı yaptırımlar koruyor. Ama burada turizm bilinci olduğu için burası daha fazla korunuyor" (K8, Çıralı Sahili).

4.4. Beydağları Milli Parkının Koruma-Kullanma Durumu

Milli park arazisinin %91,3 gibi büyük bir kısmı orman arazisidir. Parkın %5,3'lük alanı ise taşlık ve kayalıktır. Turizme konu olan araziler (384,6 ha) %1,2'lik bir oranı kaplamaktadır (Tablo 5). Turizmin yapıldığı alanlar, "sürdürülebilir kullanım bölgesi" ve "kontrollü kullanım bölgesi" olarak sınıflandırılan dış/kıyı zonlarda yapılmaktadır (Tablo 6).

Tablo5. Milli Park Mevcut Arazi Kullanım Durumu

Arazi Kullanımı	Alan (ha)	Oran (%)
Orman	28462.6	91.3
Orman İçi Açıklık	247.5	0.8
Taşlık Kayalık	1665.7	5.3

Tarım	143.4	0.5
Dere Yatağı	12.6	0.0
Kumul	180.5	0.6
Turizm	384.6	1.2
Günöbirlik Kullanım Alanı	69.1	0.2
Toplam	31165.9	100

Kaynak: Orman ve Su İşleri Bakanlığı Beydağları UDGP Raporu, 2015.

Milli parklar, kendi içerisindeki hassas ve önemlilik durumuna göre alansal olarak belirli bir sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Zonlama bölgeleri olarak da belirtilen bu alanların hangisinde ne tür (bilimsel, ekonomik ve turistik) bir faaliyete izin verileceği önceden belirlenmektedir. Araştırma alanının kendi içerisinde de kullanım sistematığına gidilmiş ve milli park dört bölgeye ayrılmıştır (Tablo 6).

Tablo 6. Milli Park İçerisindeki Bölgeler, Alt Alanları ve Kullanım Durumları

Koruma Bölgeleri	Alan (ha)	Yüzde (%)	Bölge İçindeki Alanlar	Alanın Kullanımı
Mutlak Koruma Bölgesi (İç zon)	5.589	17.93	Beldibi Mahallesi batısında kalan Çam Dağı'nın el değmemiş kısımları, Göynük Kanyonu-Kesme Boğazi arasında kalan dağ kesimleri, Tahtalı Dağı'nın güney-doğusunda bulunan dik kanyonlar	Bilimsel faaliyet dışında hiçbir faaliyete izin verilmeyen hassas koruma bölgesi
Hassas Koruma Bölgesi (Orta zon)	24.296	77.96	Orman alanları, kayalık alanlar, flora ve fauna açısından önemli alanlar, adalar	Eğitsel ve bilimsel çalışmaların kontrollü yapıldığı hassas alanlar.
Sürdürülebilir Kullanım Bölgesi (Dış / Kıyı zon)	521	1.67	Karayolu (Antalya-Kumluca-Finike); Çamyuva Barajı rezervuar alanı; Beldibi, Göynük, Kemer, Tekirova, Adrasan sahilleri plajları; Tur güzergâhları, yürüyüş yolları, mola noktaları, manzara seyir noktaları, yaban hayatı gözleme noktaları, yamaç paraşütü atlama alanı, kaya tırmanış alanı.	Bilimsel, eğitim, tanıtım ve rekreasyon amaçlı yürüyüş vb faaliyetler, tarım ve hayvancılık gibi faaliyetler yapılmakta, yoğun ziyaretçi faal. İzin verilmemektedir.
Kontrollü Kullanım Bölgesi (Dış zon)	759	2.44	Balıkçı barınağı, günöbirlik kullanım alanları, kamp alanları, teleferik hattı ve istasyonları, giriş noktaları.	İnsan faaliyetlerinin yoğun olarak gerçekleştiği alanlar ve turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği alanlar.
Toplam	31.165	100		

Kaynak: Orman ve Su İşleri Bakanlığı Beydağları UDGP Raporu, 2015.

1972'de Bakanlar Kurulu kararı ile 69.800 hektar büyüklüğünde ilan edilen milli park alanı, 1988'de Bakanlar Kurulu kararı ile 31.165 hektara düşürülmüştür (Orman ve Su İşleri Bakanlığı Beydağları UDGP Raporu, 2015: 3). Bakanlar kurulu, 1988 yılında milli parkın sahil kesiminde kalan alanlarında turizmin kolay gelişmesi, sosyal problemler ve yerleşim alanlarından kaynaklanan mülkiyet sorunlarının çözümlenebilmesi için, milli park sınırlarını daraltılmıştır. Diğer bir deyişle, turizm baskısı sonucu milli parkın sınırı daraltılmıştır (Web 1, Web 3). Bakanlar Kurulu, 2005 yılında milli parkın 794 hektarlık alanını korunan alanların dışında çıkarmak istemiş, ancak alınan bu kararın yürütmesi Danıştay tarafından durdurulmuştur. Danıştay aldığı kararı şu şekilde gerekçelendirmiştir (Web 1):

"...Milli park sahasının aynı esaslar dâhilinde konusunda uzman kişilerde hazırlanmış, bilimsel ve teknik nitelikte bir inceleme raporuyla belirlenmesi gerekirken, bu yapılmadan belirtilen niteliklere sahip olmayan kişilerce düzenlenen arazi inceleme raporu esas alınarak milli park sınır değişikliği yapılmasında hukuka aykırılık bulunmaktadır."

Danıştay'a açılan bir başka davada, "milli park sahası içinde birtakım yapılaşmalara izin verildiği ve bu amaçla tesis içinde tahsisler yapıldığı ileri sürülmüştür. Kararda şöyle denilmiştir (Web 1):

"Söz konusu bu yapılaşma ve tahsislerin uyumsuzluk olarak iç yargıya intikal ettiğinin öne sürüldüğü göz önüne alındığında, turizmi teşvik için başlıca doğal bir kaynak sahası olan milli park alanının, yasal, idari, planlama ve uygulama süreçlerinde karşılaşılan yetki karmaşası niteliğindeki sorunları çözmek amacıyla milli park sınırlarının değiştirilmesinde hukuki bir isabet görülmemektedir."

Turizmin alandaki baskısı zaman zaman kendisini hissettirmektedir. Phaselis antik kentine planlanan bir otel projesi ile 6 tenis kortlu, 3 yüzme havuzlu, 280 odalı otel ve tatil köyü yapılması düşünülmüş; proje için imar planları değiştirilmiş, ilgili kurumlardan olumlu yazıları alınmış ve İl Valiliği de 2013 yılında "ÇED Gerekli Değildir" kararı vermiştir. Ancak STK'lar ve yerel halk bu yapılaşmaya karşı çıkmış ve Antalya İdare Mahkemesi, Valiliğin "ÇED Gerekli Değildir" kararının yürütmesini durdurmuştur. Mahkemeye sunulan raporda (Web 2):

"Otel projesi ile ilgili tahsisi yapılan 180 dönümlük alanın Beydağları Sahil Milli Parkı içinde, Phaselis antik kenti bitişiğinde bulunduğu belirtilerek, dava konusu proje alanının 20 dönümün 1. Derece arkeolojik sit alanı içinde yer aldığı belirtilmiştir. ÇED kararının başvurdan 23 gün gibi kısa bir süre sonra verildiği, proje alanının endemik flora bakımından ve kültürel miras açısından zengin ve hassas olan bir yere kurulmak istendiği belirtilmiştir."

Antalya CHP İl Milletvekili, "...Rant için milli parklara saldırılmakta ve antik kentlere göz dikilmektedir." şeklinde antik kente yapılması düşünülen beş yıldızlı otel projesine karşı bir tepki göstermiştir (Web 3).

"...Alan daraltıldı Bakanlar Kurulu kararı ile. Yerleşim yerleri çıkartıldı. ...Sahildeki yerleşim yerleri bizde değil. Diğer milli parklar gibi halk ile çok iç içe değiliz. Yöre halkımız gelişsin kalkınsın diyebileceğimiz bir yöre halkımız yok. Hepsi benden zengin. Burada turizm olduğu için başka milli parka benzemiyor. Bizden çok büyük bir beklentileri yok. ...Turizme açılacağı kadar açılmış sahil alanı. Bizim tahsis ettiğimiz 65 otel var. Biz Turizm Bakanlığı'ndan tahsis ediyoruz" (K1, Milli Park Müdürlüğü).

"...Sahilde 7 tane restoran var. Ama diğer taraf boş. Kaplumbağa yumurtlama alanı olduğu için restoran yaptırmıyorlar. Yapılaşma yasak, sit alanı burası. Burada yapılan bina demir direk üzerine ağaç bungalow evler şeklinde. Beton yaptırmıyorlar" (K4, Çıralı Sahili).

"...Yerel halk turizmin içinde, yerel halk burayı koruyamaz. Halkın bilinçlenebilmesi için de devlet olması lazım. ...Bizim böyle (boş) bir alana (sahile) ihtiyacımız var. Yarın burası da otel olursa bizim çocuğumuz çocuğumuz şurada denize giremeyecek" (K6, Çıralı Sahili).

"...Zaten zabıta ekipleri jandarma olsun sürekli kontrolleri var. Her gün zabıta da var jandarma da var burada. Ekstradan milli park görevlileri de geliyorlar. Zabıta tezgâhlara bakıyor, doğayla ilgili yanlış bir hareket oldu mu ona bakıyor. Zabıta bazen sahil taraflarında da dolaşıyorlar. Jandarma da sürekli burada. Özellikle biraz da Yanartaş tarafına fazla ilgi gösteriyorlar. Yanartaşın her yerinde fotokapan var. 24 saat oraları jandarma izliyor zaten" (K7, Çıralı Sahili).

"...Burada turizmin alanının değil de sit alanı olmanın burada bir baskısı var. Şimdi devlet halktan yana olmuyor ki. Side de ören yerinin her tarafında asfalt var. Biz de yok, elleme-dokunma-yasak. ... Burası 2. Dereceden 3. Dereceye geçince (korunan alandan) milli parktan çıktı. Şimdi de belediyenin elinde" (K9, Olimpos Sahili).

"...Buranın korunan alan olması çok sıkıntı idi. 4-5 yıldır uğraşıyorduk. Ocak 2017 den itibaren 3. dereceye gittik, sit ten çıktık. Kapıdan aşağısı sit te kaldı. Orada (Olimpos) bir harabe, başka bir şey yok. Önceden burası da sit alanı idi. Şimdi buranın tapusunu bana vermiş, vermiş ama çat diyo bana ceza geliyor. Buraya en ufak bir şey yapamıyorsun. Jandarma bir yanda müzeci bir yanda. Şimdi sitten çıktıktan sonra bekliyoruz. Belediye belirli bir aynı şeyi korumak şartıyla yeni bir plan proje hazırlanacak. Şehirdeki gibi bir parsel değil de buraya uygun bir parsel. İki üç katlı olanlar yıkılacak" (K9, Olimpos Sahili).

5. SONUÇ

Milli park alanının turizm bölgesinde olması ve turizm aktivelilerinin kıyı alanlarında yoğunluk kazanması, koruma ve ekonomik yararlanma bakımından alanda yeni bir düzenlemenin yapılmasını gündeme getirmiştir. Bu doğrultuda, 1972 yılında milli park ilan edilerek koruma altına alınan 68.800

hektarlık alan, 1988 yılında Bakanlar Kurulu kararı ile 31.165 hektara kadar daraltılmıştır. Ayrıca 2005 yılında turizm yatırımları için alanın yeniden (794 ha) daraltılmasının gündeme gelmesi, turizmin korunan alanın üzerindeki baskını artırdığı ortaya koymaktadır.

Milli park alanının doğal ve kültürel çekiciliği, alandaki turizme olan talebi artırmaktadır. Kemer ilçesine gelen turistlerin sosyal ve kültürel aktivitelerini milli park sınırları içerisinde gerçekleştirmeleri turizmin park alanı üzerindeki baskısını artırmaktadır. Ayrıca Antalya-Kemer-Kumluca D400 karayolunun milli park alanını boydan boya kat etmesi ve park alanını ikiye bölmesi, milli park alanının giriş çıkış kontrolünü güçleştirmektedir. Milli Parkın Uzun Devreli Gelişim Planı raporunda norm kadro 40 kişi olarak belirlenmesine rağmen, 14 kişi ile çalışmanın yürütülmesi, milli parkın korunması ve denetiminde gerekli olan yeterli personel eksikliğini doğurmaktadır. Ayrıca Likya Yolu kültür rotasında yürüyüş yapan ziyaretçiler, park alanı içerisindeki bazı hassas noktalarda baskı oluşturabilmesi ve yangına sebebiyet verebilme durumu alanda görülmektedir. Bu nedenle, Beydağları Sahil Milli Parkı Müdürlüğü 2017 yılında ziyaretçi yönetim alt planını hazırlamakta ve yürüyüş rotalarını tescilleyerek alanın daha kontrollü ve sürdürülebilir kullanımını sağlamaya çalışmaktadır.

Turizm, kontrollü ve planlı yapıldığında, büyük ölçekli işletmeler yerine küçük aile işletmelerinin devam ettirilmesi durumunda alan daha korunabilir ve sürdürülebilir bir gelişim gösterecektir. Özellikle Tekirova sahilindeki betonarme yüksek katlı turistik otel işletmelerinin kontrolünün sağlanamaması durumunda kıyının tamamen kaybedilebileceği görülmektedir. Alandaki yerel halk ve işletmeciler, turizmin ve yapılan kontrollerin alanın korunmasına katkı sağladığını düşünmektedir. Ancak kanalizasyon, içme suyu gibi altyapı eksiklikleri Çıralı ve Olimpos kıyılarında devam etmektedir.

Antik kentlerin piknik yapma, kamp ateşi yakma gibi faaliyetlerden uzak tutulması gerekmektedir. Antik kentlerdeki güvenlik görevlilerin sayılarının artırılması ve akşam vakitlerinde alanın güvenliğinin sağlanması gerekmektedir. Sahil kenarında akşam saatlerinden sonra otellerin canlı müzik, havai fişek atma, ışıklandırma faaliyetlerinin olmaması için güvenlik tedbirlerinin artırılması gerekmektedir. Nitekim ses ve ışık, *carette caretta*'ların kıyıya gelmesine ve yumurtlamasına engel teşkil etmektedir.

Alanda 2015 yılına kadar görülen yönetsel sorunlar, milli parkın planlama ve alan yönetiminin olmamasından kaynaklanmıştır. Alanın sürdürülebilir gelişiminin sağlanması, park içerisindeki fauna ve flora çeşitliliğinin korunması, ekolojik ve ekosistemin bozulmadan kendi doğal gelişimini devam ettirebilmesi için parkın uzun devreli gelişim planı raporuna göre hareket edilmesi gerekmektedir. Alanın Uzun Devreli Gelişim Planı (UDGP)'nin yapılmış olması, parkın korunması ve sürdürülebilirliği için önemli bir durumdur; ancak planın aksayan yönlerinin tespit edilmesi ve yönetim anlayışı içerisinde katılımcı bir yaklaşımla, bütüncül olarak alanın korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması planlanmalıdır.

Daha korunabilir ve sürdürülebilir bir gelişim için; kitle turizmine yönelik büyük ölçekli otel yatırımlarından vaz geçilmeli, yerel halkın içinde olduğu düşük ölçekli (butik otel) konaklamaya dayalı turizm tipleri kontrollü ve planlı bir şekilde uygulanmalı (bungalov, kamp çadırı, karavan vb), turizm dayalı rant baskısı ile imara açmaya-yapılaşmaya gidilmekten vaz geçilmelidir.

KAYNAKÇA

- Alaeddinoğlu, F., Alişaoğlu, A. (2007). Savaş alanları turizmine tipik bir örnek: Büyük Taarruz ve Başkomutan Tarihi Milli Parkı, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(2), 215-225.
- Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, (2017). "Turizm aktiviteleri", (Erişim Tarihi: 21.04.2017), <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/TR,68449/bitki-inceleme.html>
- Arı, Y. (2003). Kuş Cenneti Milli Parkı'nda park yönetimi-yöre halkı ilişkileri, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 8(9), 7-37.
- Aydınöz, D., İbret, B.Ü., Aydın, M. (2012). Kastamonu Ilgaz Dağı Milli Parkında arazi kullanımın analizi, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 26, 108-123.

- Bayer, M.Z. (1993). Milli parklar ve Türkiye açısından önemi, alınması gereken önlemler, *Anatolia*, 4(6), 22-25.
- Bekdemir, Ü., Elmacı, S., Sezer, İ. (2010). Turizmin kıskacınca bir doğa koruma alanı, Dilek Yarımadası-Büyük Menderes Deltası Milli Parkı, *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish*, 5(4), 890-913.
- Ceylan, S. (2004). Yazılı Kanyon Tabiat Parkı'nın turizm açısından önemi ve kullanımı, *SDÜ Burdur Eğitim Fakültesi Dergisi*, 5(8), 59-82.
- Doğanay, S. (2003). Coğrafi özellikleri açısından Altındere Milli Parkı, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 8(10), 43-64.
- Demir C., Çevirgen, A. (2006), Turizm ve çevre yönetimi: Sürdürülebilir gelişme yaklaşımı. *Nobel Yayıncılık*, Ankara.
- Eagles, P.F.J., McCool, S. (2002). Tourism in national parks and protected areas: *Planning and Management*. Wallingford: CABI.
- Fennel, D.A., Nowaczek, P. (2010). Moral and empirical dimensions of human-animal interactions in ecotourism: deepening an otherwise shallow pool of debate. *Journal of Ecotourism*, 9(3), 239-255.
- Frost, W., Hall, C.M. (2009). American invention to international concept: the spread and evolution of national parks. In W. Frost, C.M. Hall (Eds.), *National parks and tourism: International perspectives on development, Histories and Change* (pp. 30-44), London: Routledge.
- Holdgate, M.W. (1995). Pathways to sustainability, *Environment*, 37 (9), pp. 16-25.
- Huangi Y., Deng, J., Li, J., Zhong, Y. (2008). Visitor's attitudes towards China's national park policy, roles and functions and appropriate use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(1), 63-84.
- La Page, W. (2010). Rethinking park protection: treading the uncommon ground of environmental beliefs. Wallingford: CABI.
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı, (2017a). "Türkiye'nin milli parkları", (Erişim Tarihi: 21.04.2017).<http://www.milliparklar.gov.tr/mp/mp.pdf>
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı, (2017b)."Milli parklar listesi", (Erişim Tarihi: 21.04.2017)<http://www.milliparklar.gov.tr/mp/index.htm>
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı (2017c). "Beydağları sahil milli parkı" (Erişim Tarihi: 21.04.2017), <http://www.milliparklar.gov.tr/mp/beydaglari/index.htm>
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı, IV. Bölge Müdürlüğü, (2017)."Beydağları sahil milli parkı" (Erişim Tarihi:21.04.2017),<http://bolge6.ormansu.gov.tr/6bolge/AnaSayfa/milliparklar/beydaglarisahilmilliparki.aspx?sflang=tr>
- Orman ve Su İşleri Bakanlığı Beydağları (2015). "Beydağları Sahil Milli Parkı uzun devreli gelişme revizyon planı raporu", Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Antalya.
- Özdemir, M., Akbulak, C., Yıldırım, H.H. (2010). Görüntü farkı alma metodu ve beklenti maksimizasyonu algoritması ile Gelibolu Yarımadası Tarihi Mili Parkı orman alanlarındaki mekânsal değişimin analizi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(1), 115-138.
- Somuncu, M. (1986). Milli park olması gereken bir yöremiz: Aladağlar, *TÜBİTAK Bilim ve Teknik Dergisi*, 19(223), 1-3.
- Somuncu, M. (1998). Aladağlar milli parkında doğa turizminden kaynaklanan çevre sorunları, 15. Türkiye Jeomorfoloji Bilimsel ve Teknik Kurultayı Bildiri Özleri, Ankara, 17-18.
- Somuncu, M. (2000). Aladağlar milli parkı'nın planlanması sürecinde planlamaya ilişkin görüş ve öneriler, *9. Bölge Bilimi/Bölge Planlama Kongresi*, Bildiriler, Trabzon, 394-405.
- Somuncu, M. (2003). Türkiye'de koruma altındaki dağlık alanlarda turizm/rekreasyon ve çevre etkileşimi: Aladağlar ve Kaçkar Dağları Milli Parkı örnekleri, *Coğrafi Çevre Koruma ve Turizm Sempozyumu, Ege Üniversitesi Coğrafya Bölümü Sempozyumları 2*, İzmir, 65-72.
- Somuncu, M. (2004). Türkiye'nin dağlık alanlarının ekoturizm verileri ve planlama yaklaşımı (olanaklar, kısıtlar, boşluklar ve öneriler), korunan alanlarda ekoturizm çalıştayı (11-12 Mart 2004), Çevre ve Orman Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Somuncu, M., Yiğit, T. (2007). Türkiye'deki dünya miras alanlarının güncel durumlarının saptanması: Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Kültürel Miras İhtisas Komitesi, Ankara.

- Somuncu, M., Yiğit, T. (2008). Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri dünya mirası alanındaki turizmin sürdürülebilirlik perspektifinden değerlendirilmesi, TÜCAUM V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Ankara, 387-402
- Somuncu, M., Yiğit, T. (2010). Hattuşa Milli Parkı ve dünya mirası alanının korunmasında bugünkü durum, sorunlar ve gelecek, VII. Uluslararası Hititoloji Kongresi Bildirileri, Cilt 2, Ankara, 771-782.
- Sütgibi, S. (2008). Doğal ekosistemler üzerinde insan faaliyetlerinin doğrudan ve dolaylı etkileri: Büyük Menderes Deltası, *Marmara Coğrafya Dergisi*, 18, 222-237.
- Tağıl, Ş. (2006). Kazdağı Milli Parkı'nda arazi örtüsü organizasyonu kontrol eden jeomorfometrik faktörler: Bir CBS yaklaşımı, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 4(2), 37-47.
- Talay, İ., Akpınar, N., Belkayalı, N. (2010). Doğal kaynakların rekreasyonel ve turizm amaçlı kullanımının ekonomik değerinin tespiti: Göreme Tarihi Milli Parkı örneği, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 8 (2), 37-146.
- Temizkan, S.P., Yıldırım, G. (2014). Sürdürülebilir turizm kapsamında alan kılavuzluğu uygulaması: Kaçkar Dağı Milli Parkı Örneği, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 124-149.
- Thede, A.K., Wolfgang, H., Rutherford, B. (2014). Zoning in national parks: are Canadian zoning practices outdated?, *Journal of Sustainable Tourism*, 22(4), 626-645.
- Türker, N., Öztürk, N. (2013). Perceptions of residents towards the impacts of tourism in the Küre Mountains National Park, Turkey, *International Journal of Business and Social Science*, 4(2), 45-56.
- WTO/UNEP (1992). Guidelines: development of national parks and protected areas for tourism, WTO/UNEP Technical Report Series No: 13.
- Xu, F., Fox, D. (2014). Modelling attitudes to nature, tourism and sustainable development in national parks: A survey of visitor in China and the UK, *Tourism Management*, 45, pp. 142-158.
- Uzun, E., Bekiroğlu, S., Torunoğlu, U. (2014). Antalya Olimpos-Beydağları Sahil Milli Parkı gününbirlik rekreasyon alanların ziyaretçiler açısından sorunları, II. Ulusal Akdeniz Orman ve Çevre Sempozyumu Bildiriler Kitabı (22-24 Ekim 2014), Isparta. ss.314-320.
- Zaman, S., Çoşkun, O. (2012). Milli parklarda kaynak değer kullanımı için bir öneri: Nene Hatun Milli Parkı, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 117-134.
- Zaman, M. (2008). Fırtına Deresi Havzası ve Kaçkar Dağları Milli Parkı'nın alternatif turizm açısından önemi, *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(2), 1-33.
- Web 1. TMMOB Elektrik Mühendisleri Odası Antalya Şubesi. (2016). "Olimpos Milli Parkı kurtuldu", (Erişim Tarihi: 22.04.2017), http://www.emo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=49874&tipi=2&sube=2#.WPs1bEXyjDd
- Web 2. Arkeolojiahaber. (2015). "Phaselis Antik Kenti'ne otel projesi tamamen rafa kalktı", (Erişim Tarihi: 22.04.2017), <http://arkeolojiahaber.net/tag/phaselis-antik-kenti/>
- Web 3. Arkitera. (2014). "Phaselis'in hesabı sorulacak", (Erişim Tarihi: 22.04.2017), <http://www.arkitera.com/haber/19300/phaselisin-hesabi-yandastan-sorulacak>

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE SÜRDÜRÜLEBİLİR VE SORUMLU TURİZM UYGULAMALARI VE TÜRKİYE

Doç. Dr. Sibel MEHTER AYKIN
Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü
sibelaykin@akdeniz.edu.tr

Özet

2009 yılında yürürlüğe giren Lizbon Antlaşması Avrupa Birliği'nin turizm politikasının çerçevesini çizmektedir. Buna göre; Avrupa Birliği turizm girişimlerinin rekabet gücünü artırıcı tedbirler almak ve başarılı uygulamaların Avrupa çapında yaygınlaştırılmasını sağlamak üzere üye devletler arasında koordinasyonu sağlamakla görevlendirilmişlerdir. Üye devlet girişimlerinin rekabetçi üstünlük kazanması hiç kuşkusuz sürdürülebilirlik kavramı ile yakından ilişkilidir. Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması ise tüm paydaşların ortak sorumluluğundadır. Bu bağlamda, Avrupa Birliği sürdürülebilir ve sorumlu turizm stratejisi çerçevesinde bir dizi uygulama başlatmıştır. Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi İçin Avrupa Turizm Göstergeler Sistemi (ETIS), Eko-yönetim ve Denetim Mekanizması (EMAS), Eko-etiket (EcoLabel) Avrupa çapında kullanılan araçlardan bazılarıdır. Bu çalışmanın amacı; Avrupa Birliği'ndeki sürdürülebilir ve sorumlu turizm uygulamalarından hareketle Türkiye için politika önerileri geliştirmektir. Bu amaca yönelik olarak, ilk olarak Avrupa Birliği'nin turizm politikasının yapısı ile sürdürülebilir ve sorumlu turizm stratejisi açıklanmaktadır. Ardından, Avrupa Birliği tarafından desteklenen başarılı uygulamalardan bahsedilerek Türkiye için politika önerileri sunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm, Avrupa Birliği, Türkiye.

SUSTAINABLE & RESPONSIBLE TOURISM IMPLEMENTATIONS IN THE EUROPEAN UNION AND TURKEY

Abstract

Enacted in 2009, Lisbon Treaty defines the framework of the European Union's tourism policy. Accordingly, the European Union is mandated to take relevant actions for increasing the competitive power of the tourism undertakings, and carry out coordinating actions among member states for disseminating the best practices throughout Europe. No doubt that gaining competitive advantage by the European undertakings is closely linked to the concept of sustainability, while achieving sustainability in tourism is of common responsibility for all stakeholders. In this respect, the EU has taken a number of actions in line with the sustainable and responsible tourism strategy. European Tourism Indicators System for Sustainable Destination Management (ETIS), Eco-Management and Audit Scheme (EMAS), EcoLabel are some of the tools employed at European level. The aim of this paper is to develop policy recommendations for Turkey by referring to the sustainable and responsible tourism practices at the European Union. To achieve this end, first of all the structure of the European tourism policy as well as the sustainable and responsible tourism strategy of the European Union are defined. Afterwards, by referring to the best practices supported by the European Union, policy recommendations for Turkey are provided.

Keywords: Sustainable and Responsible Tourism, the European Union, Turkey.

1. GİRİŞ

Turizm, yakıt ve kimyasallardan sonra küresel ölçekte ihracata konu olan üçüncü kategori olarak karşımıza çıkmaktadır. Uluslararası turizm hareketleri 2015 yılı sonunda bir önceki yıla kıyasla %4.5 oranında artarak küresel ölçekte toplam 1,186 milyon varış gerçekleşmiştir. Aynı yıl itibariyle uluslararası turizm gelirleri de reel olarak %4.4 oranında artarak 1,260 milyar dolara (1,136 milyar Avro) ulaşmıştır. Avrupa bölgesi gerek uluslararası turist varışlarından aldığı pay (%51, mutlak olarak 608 milyon varış), gerekse uluslararası turizm gelirlerinden sağladığı pay (%36, mutlak olarak 451 milyar dolar) itibariyle uluslararası turizm faaliyetlerinde küresel lider konumundadır (United Nations

World Tourism Organisation [UNWTO], 2016, s.3). Avrupa'nın göz kamaştırıcı bu performansı büyük ölçüde AB üyesi devletlerden kaynaklanmaktadır. Başlıca turist alan ve turizmden kazanç sağlayan ülkeler (Fransa, İspanya, İtalya, Almanya, Brexit öncesinde Birleşik Krallık) ile turist gönderen ve turizm harcamasında bulunan ülkeler (Almanya, Brexit öncesi Birleşik Krallık, Fransa, İtalya) AB üyesi devletlerdir (UNWTO, 2016, s.6 ve 13). Uluslararası turist varışlarının 2010-2030 döneminde yıllık ortalama %3.3 oranında büyüyerek 2030 yılı itibarıyla 1,8 milyar kişiye ulaşması beklenmektedir. Ne var ki, bu büyümenin destinasyonlar arasında eşit dağılmayacağı açıktır. Gelişmiş destinasyonların ortalamanın altında bir büyüme kaydederek (%2.2), gelişmekte olan destinasyonların ise ortalamanın üzerinde (%4.4) bir büyüme sağlayarak söz konusu dönemi kapatacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2016, s.2-3).

Bir yandan AB, diğer yandan üye devletler turizmin temel girdisini oluşturan doğal ve kültürel varlıklarını korumak ve turizmdeki başarılı performanslarını devam ettirmek amacıyla sürdürülebilir üretim ve tüketim yaklaşımına uygun politikalarla çok sayıda araç geliştirmişlerdir. Özellikle, turizmin önemli bir ekonomik faaliyet kolunu oluşturduğu üye devletlerde turizm sektörü devlet eliyle büyük ölçüde düzenlenmektedir. Bir başka ifadeyle, her bir üye devlet sahip olduğu turizm varlıklarına uygun olarak kendi öncelikleri çerçevesinde ulusal turizm politikasını/stratejisini geliştirip uygulamaya aktarmaktadır. AB ise, üye devletlerin sahip oldukları ulusal turizm politikalarına doğrudan müdahale etmeksizin destekleyici, eşgüdüm sağlayıcı, tamamlayıcı eylemlerde bulunmayı tercih etmektedir. Daha açık bir ifadeyle, küresel ölçekte kabul görmüş prensip ve uygulamalar çerçevesinde taraflar ve politikalar arasında eşgüdüm sağlamakta; sürdürülebilir ve sorumlu turizm prensiplerini benimsemeleri ve uygulamaya aktarmaları konusunda üye devletlerin çabalarını desteklemekte; turizmde Avrupa boyutu yaratmak üzere tekil turizm varlıklarını bütünleştirici ve ulusal politikaları tamamlayıcı bir rol üstlenmektedir.

İster yerel ya da bölgesel düzeyde olsun, isterse Avrupa çapında olsun, son dönemde kıta Avrupası'nda oluşturulan tüm politikalar ile kullanılan tüm araçların ekonomik-sosyal-kültürel-çevresel anlamda sürdürülebilir ve sorumlu turizm anlayışına uygun bir yapıda olduğu izlenmektedir. Hiç kuşkusuz, bu yaklaşım AB ile bütünleşme çabasında olan Türkiye için de temel referans noktasını oluşturmaktadır. Bu çalışmanın amacı; Avrupa Birliği'nin turizm politikası ile sürdürülebilir ve sorumlu turizm anlayışını kullanılan araçlar çerçevesinde açıklamak ve Türkiye için öneriler geliştirmektir. Bu amaca yönelik olarak, öncelikle AB'nin turizm politikası ve bunun ana unsuru olan sürdürülebilir ve sorumlu turizm yaklaşımı ele alınacak; ardından AB düzeyinde desteklenen başarılı uygulamalardan bahsedilerek Türkiye için politika önerileri geliştirilecektir.

2. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM POLİTİKASININ YAPISI

2.1. Kurucu Antlaşmalar

Avrupa Birliği'nde (AB) turizm politikasının yazılı hale gelmesi ve bağlayıcı bir boyut kazanması oldukça yenidir. Birlik düzeyinde bir turizm politikası oluşturma çabaları 1990'ların ilk yarısında sonuç vermiş, Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu Avrupa Birliği'ne dönüştüren Antlaşmaya (kısaca Maastricht Antlaşması) yerleştirilen 3(t) maddesi ile AB ilk nesil turizm politikasına kavuşmuştur. Söz konusu maddede, Maastricht Antlaşmasıyla tanımlanan hedeflere ulaşılabilmesi için turizm sektörüne yönelik gerekli tedbirlerin alınacağı belirtilmiştir (Maastricht Antlaşması, md.3; Mehter Aykın, 2016, s.285-286). Antlaşmanın 3. maddesinde atıfta bulunan kuruluş amaçları ise 2. maddede tanımlanmıştır. Buna göre AB; üye devletler arasında ortak pazar ve ekonomik-parasal birliğin tesisi yoluyla Avrupa çapında "...ekonomik faaliyetlerin Topluluk çapında uyumlu ve dengeli gelişmesini; çevreyi göz ardı etmeyen, sürdürülebilir ve enflasyonist olmayan büyümeyi; ekonomik performansın dönüşümünü; yüksek istihdam ve sosyal güvenlik seviyesine ulaşılmasını; yaşam standardının ve kalitesinin artırılmasını..." sağlamakla yükümlü tutulmuştur (Maastricht Antlaşması, md.2 ve Mehter Aykın, 2016, s.285).

AB hedeflerine ulaşmak üzere turizmin salt bir araç olarak görüldüğü 1990'lı yıllardaki yaklaşım, günümüzde yerini turizm sektörünün yarattığı etki ve yaptığı katkılar dolayısıyla denetlenmesi ve desteklenmesi gereken bir ekonomik faaliyet olarak kabul edildiği yepyeni bir anlayışa bırakmıştır.

Turizm işletmelerine yönelik kapsamlı bir politika çerçevesi 2007 yılında imzalanan Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Antlaşmanın (kısaca ABİDA veya Lizbon Antlaşması)² 195. maddesi hükümleri uyarınca çizilmiştir. Buna göre;

“AB, başta turizm alanındaki AB girişimlerinin rekabet gücünü arttırmak olmak üzere, üye devletlerin turizm sektörüne yönelik eylemlerini tamamlamakla görevlidir. Bu hedefe yönelik olarak AB'nin eylemleri turizm girişimlerinin gelişimi için uygun bir çevrenin yaratılmasını teşvik etmek ve özellikle başarılı uygulamaların paylaşımı yoluyla, üye devletler arasında işbirliğini desteklemek amaçlarına hizmet eder. Olağan yasama usulüne uygun olarak, Avrupa Parlamentosu ve Konsey, bu madde ile öngörülen hedeflere ulaşmak üzere, üye devletlerin eylemlerini tamamlayıcı özel tedbirler alır. Ancak, bu tedbirler üye devletlerin kanun ve tüzüklerinin uyumlaştırılması amacına hizmet edemez” (ABİDA, md.195 ve Mehter Aykın, 2016, s.299).

Özetle söylemek gerekirse; Lizbon Antlaşmasıyla AB, üye devletlerin yetkisini yok saymaksızın, turizm işletmelerinin uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanabilmeleri için gerekli tedbirleri alacağı taahhüdünde bulunmuştur. Üye devletlerin turizme yönelik eylemlerini tamamlamak üzere AB'nin alacağı tedbirlerin ise olağan yasama usulüne (nitelikli çoğunluk oylama sistemine) uygun olarak karara bağlanacağı hükmü getirilmiştir. Böylelikle, bir yandan Avrupa düzeyinde bütüncül bir turizm politikası oluşturmak olanaklı hale gelirken, diğer yandan da turizm işletmelerinin rekabet gücü kazanmasını teminat altına alan bir ortam yaratmaya yönelik ikincil hukuk normlarının çıkarılması meşruiyet kazanmıştır. İlerleyen bölümde açıklanacağı üzere; turizme yönelik düzenlemeler sektörü tekipleştirme amacını gütmemektedir (Mehter Aykın, 2016, s.299).

2.2. Turizm Alanında Yetki Devri ve Kapsamı

Üye devletlerden AB'ye yapılan yetki devrine ilişkin prensipler Avrupa Birliği Anlaşmasının (kısaca ABA veya Lizbon Antlaşması) 5. maddesinde tanımlanmıştır. Buna göre; *“Yetki Devri İlkesi”* (principle of conferral) uyarınca, Birlik Antlaşmada öngörülen amaçlara ulaşmak üzere üye devletler tarafından kendisine devredilen yetki dahilinde hareket eder. Yetkisinin bulunmadığı alanlarda hareket hakkı üye devletlerdedir. *“Yetki İkamesi İlkesi”* (principle of subsidiarity) uyarınca, münhasır yetkisinin bulunmadığı alanlarla ilgili olarak, öngörülen hedefe üye devletler tarafından (ister merkezi, ister bölgesel, isterse yerel düzeyde) etkin bir şekilde ulaşılamaması ve eylemin kapsamı ve etkisi bakımından öngörülen hedefe ancak Birlik düzeyinde daha iyi ulaşılması halinde AB harekete geçebilir. *“Orantısallık İlkesi”* (principle of proportionality) uyarınca ise, Birlik eylemlerinin kapsamı ve türü Antlaşmaların hedeflerine ulaşmak için gerekli olanın ötesine geçemez (ABA, md.5 ve Mehter Aykın, 2016, s.297-298).

Üye devletler AB'ye her bir politika alanı için farklı yoğunlukta yetki devretmekte olup, Lizbon Anlaşması hükümleri üç tip yetki devri öngörmüştür. Yetki katmanları kısaca şöyledir: (1) *“Münhasır Yetki Alanı”* - Gümrük birliği, rekabet politikası, para politikası, ortak ticaret politikası, biyolojik kaynakların korunması gibi Birlik düzeyinde ele alınması gereken konular münhasır yetki alanına dahildir. Münhasır yetki alanına giren konularda sadece Birlik yasa koymakta ve bu yasalar üye devletlerde doğrudan uygulanmaktadır. Bu konularda büyük ölçüde tüzük gibi hukuken bağlayıcı tasarruflarda bulunmaktadır. (2) *“Paylaşılan Yetki Alanı”* - İç pazar, sosyal politika, ekonomik-sosyal ve kıtasal uyum, tarım ve balıkçılık, çevre, tüketicinin korunması, taşımacılık, trans-Avrupa ağları, enerji, özgürlük-güvenlik ve adalet alanı, araştırma-teknolojik gelişme ve uzay, kalkınma için işbirliği ve insani yardım paylaşılan yetki alanına dahil edilmiş konulardır. Birlik ve üye devletler bu konularda yasama faaliyetinde bulunup, büyük ölçüde yönerge gibi hukuken bağlayıcı tasarruflar kabul etmektedir. Ayrıca, Birlik kendi yetkisini kullanmadığı ölçüde üye devletler yetkilerini kullanarak düzenleme yapabilmektedir. (3) *“Destekleyici, Eşgüdüm Sağlayıcı, Tamamlayıcı Eylemler Alanı”* – Halk sağlığı, sanayi, kültür, turizm, eğitim-mesleki eğitim, gençlik ve spor, sivil savunma gibi konular

² Lizbon ya da Reform Antlaşması 2007 tarihinde imzalanarak 2009 yılında yürürlüğe girmiş olup, sırasıyla (1) Avrupa Birliği Antlaşması, (2) Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Antlaşma ve (3) Avrupa Temel Haklar Şartı olmak üzere 3 bölümden oluşmaktadır.

ise, destekleyici, eşgüdüm sağlayıcı, tamamlayıcı eylemler alanına dahil edilmiştir. AB bu konularda üye devletlerin münferit yetkilerini ikame etmeksizin, onların eylemlerini desteklemek, koordine etmek veya tamamlamak amacıyla eylemlerde bulunma yetkisine sahiptir. Bu alanlarda, bağlayıcı hukuk normları yerine tavsiye ve ilke kararları alındığı izlenmektedir (Mehter Aykın, 2016, s.298 ve ABA, md.2-4).

2.3. AB Politikalarında Yatay ve Dikey Yapılanma

AB politikaları iç içe geçmiş girift bir yapıdadır. Tüm politika ve faaliyetler arasında tutarlılığı sağlamak zorlu bir görevdir. Her bir politika alanında istisnasız gözetilmesi gereken asgari koşullar ve temel prensipler bulunmaktadır. Lizbon Antlaşması'nın (ABİDA) 7-17. maddeleri genel geçer prensipleri tanımlamıştır. Buna göre; ırk, etnik köken, din, inanç, cinsiyet, cinsel tercih ya da engellilik temelinde ayrımcılık yapmama; çevrenin, tüketicinin, halk sağlığının ve hayvan refahının korunması; sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması; refahın bölgeler ve kişiler arasında dengeli dağılımının teminat altına alınması temel prensiplerdir. Bu prensipleri iyi yönetim, sivil toplumun katılımı, kişisel verilerin korunması kavramları ekseninde çoğaltmak mümkündür. Her bir politika oluşturulurken bu prensipler gözetilmek durumundadır. AB, çevre politikası örneğinde olduğu gibi, ortak paydayı oluşturan konu başlıklarını yatay politik eksenine yerleştirmiştir. Buna karşın, turizm ve diğer sektörel politikalar AB'nin politika matrisinin dikey ekseninde yer almaktadır. Bu yapılanma şu sonucu doğurmaktadır: Çevrenin korunması her bir sektörel politikanın ortak paydasını oluşturmaktadır. Turizm politikası uygulamalarının çevre politikasıyla çatışması halinde, yatay bir politika alanı olması ve temel prensipler arasında yer alması nedeniyle çevre politikasının gereklerinin yerine getirilmesi esastır.

2.4. Turizm Alanındaki Düzenlemeler ve Destek Mekanizmaları

AB, turizm sektörünü “çeşitlilik içerisinde birleştirmeyi”, bir başka ifadeyle sektörde “Avrupa boyutu” yaratmayı amaç edinmiştir. Dolayısıyla, münhasır yetki alanına giren konularda sıkça başvuru olan tüzük gibi bağlayıcı düzenlemeler yerine, tavsiye ve ilke kararları ile turizme yön vermeye çalışmaktadır. Bununla birlikte, tüketicinin korunması örneğinde olduğu gibi, paylaşılan yetki kapsamındaki politika alanları ile ortak paydanın bulunduğu konularda nispeten bağlayıcı düzenlemeler tercih edilmektedir. Örnek vermek gerekirse; turizmin sezonluk ve coğrafi dağılımının iyileştirilmesine dair 22 Aralık 1986 tarihli Konsey İlke Kararı, mevcut otellerde standart bilginin sunulmasına ve yangın güvenliğine dair 31 Aralık 1986 tarihli iki ayrı Konsey Tavsiyesi turizmin sevk ve idaresinde referans oluşturan ancak bağlayıcı olmayan düzenlemelere örnektir. Öte yandan, 1990 yılının Avrupa’da Turizm Yılı ilan edilmesine dair 21 Aralık 1988 tarihli Konsey Kararı, kısaca Paket Tur Direktifi olarak bilinen 13 Haziran 1990 tarihli Konsey Yönergesi, yine Devre Mülk Direktifi olarak bilinen 26 Ekim 1994 tarihli Konsey Yönergesi ise turizme yönelik bağlayıcı nitelikteki düzenlemelere örnek teşkil etmektedir (Mehter Aykın, 2003, s.290-291 ve 298).

AB düzeyinde turizmin sevk ve idaresinde, her ne kadar Lizbon Antlaşmasında açıkça belirtilmiş olmasa da, 2000’li yılların başında Avrupa Yönetişimi Üzerine Beyaz Kitap’ta (COM(2001)428) tanımlanan “açık koordinasyon yöntemi” geçerlidir. Açık koordinasyon yöntemi esas itibarıyla taraflar arasında işbirliğini, bilgi ve tecrübe alışverişini, ortak hedef ve ilkelerin tespit edilmesini teşvik eden bir sistemdir. Bu yöntem uyarınca, temel prensipler ile kısa, orta ve uzun dönemde ulaşılmak istenen hedefler belirlenmekte; tanımlanan hedeflere odaklanırken referans alınacak kalitatif ve kantitatif göstergeler, kıyaslama yöntemleri geliştirilmektedir. Söz konusu prensip ve hedeflerin bölgesel ve yerel koşullara uygun düşecek şekilde ulusal politikalara dahil edilmeleri sağlanmakta; geri bildirimleri almak üzere düzenli aralıklarla gelişmeler değerlendirilmektedir. Açık koordinasyon yönteminde, AB politikalarıyla ulusal politikalar bir diğerinin tamamlayıcısı konumundadır. AB’nin bu süreçteki görevi taraflar ve politikalar arasında eşgüdüm sağlamaktır (Mehter Aykın, 2003, s.305-306). AB uyguladığı ödül mekanizması ve her yıl düzenlediği Avrupa Turizm Forumu gibi etkinliklerle Avrupa çapında başarılı uygulamaların paylaşılması, diğerlerine emsal oluşturmaları, böylelikle sektörün başarılı uygulamalar ekseninde bir diğerine yakınsaması amacına hizmet etmektedir.

Avrupa Komisyonu, kısaca “COM” belgesi olarak adlandırılan ve genelge gibi düşünülebiyecek AB’ye özgü strateji belgeleri ile niyet beyanında bulunmakta, bir diğere ifadeyle konuya yönelik politik tercihlerini açıklamaktadır. Avrupa Komisyonu’nun kaleme aldığı 21 Kasım 2003 tarih ve COM(2003)716 sayılı *Avrupa Turizminin Sürdürülebilirliği için Temel Yönelimler* isimli strateji belgesi ile 19 Ekim 2007 tarih ve COM(2007)621 sayılı *Sürdürülebilir ve Rekabetçi Avrupa Turizmi için Gündem* isimli strateji belgesi konuya ışık tutan iki örnek olarak verilebilir. En güncel strateji belgeleri ise Avrupa Komisyonu’nun 30 Haziran 2010 tarih ve COM(2010)352 sayılı “*Dünyanın Bir Numaralı Turist Destinasyonu Avrupa için Yeni Bir Turizm Politikası Çerçevesi*” isimli belge ile 20 Şubat 2014 tarih ve COM(2014)68 sayılı “*Kıyı ve Deniz Turizminde Daha Fazla İş ve Büyüme için Avrupa Stratejisi*” isimli belgedir. Bunlar takip eden bölümde ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Öte yandan, Avrupa Komisyonu yakın bir tarihte taslak *Avrupa Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Şartı*’nı hazırlayarak tarafların görüşüne sunmuştur. Bugün taslak halinde tartışmaya açılan Şartın ilerleyen günlerde tıpkı Avrupa Temel Haklar Şartı gibi kurucu antlaşmanın ayrılmaz bir parçası haline dönüşebileceğine dikkat çekmek yerinde olacaktır. Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Taslak Şartı da takip eden bölümde ayrıntılarıyla ele alınacaktır.

3. AVRUPA BİRLİĞİ’NİN SÜRDÜRÜLEBİLİR ve SORUMLU TURİZM STRATEJİSİ VE ARAÇLARI

3.1. Daha Sürdürülebilir bir Avrupa Turizmi için Eylem Planı

2000’li yıllar AB’nin turizm stratejisini sorumluluk, sürdürülebilirlik ve rekabet edebilirlik kontekstine oturttuğu bir döneme işaret eder. AB’nin sürdürülebilir turizm stratejisinin dayanağını Turizm Sürdürülebilirlik Grubunun (Tourism Sustainability Group – kısaca TSG)³ hazırladığı *Daha Sürdürülebilir bir Avrupa Turizmi için Eylem Planı* isimli rapor (TSG, 2007) oluşturmaktadır. TSG’nin hazırladığı raporda sırasıyla sürdürülebilir gelişme konusunda turizme atfedilen rol, Avrupa turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması için yapılması gerekenler, Avrupa turizminin karşı karşıya kaldığı başlıca güçlükler, bu güçlüklerin bertaraf edilebilmesi için alınması gereken tedbirler, tüm paydaşlara düşen görevler ve Avrupa düzeyinde atılması gereken adımlar açıklanmaktadır (Mehter Aykın, 2016, s.294). Raporda sürdürülebilir Avrupa turizmi için öncelik alanları, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü yaklaşımıyla örtüşür şekilde, 3 başlık altında toplanmıştır. Buna göre;

- (1) ekonomik zenginlik amacına yönelik olarak; turizm işletmelerinin ve destinasyonların uzun dönemli rekabet gücünü teminat altına almak ve her türlü ayrımcılıkla mücadele eden, adil ücret ve çalışma şartları sunan kaliteli istihdam olanakları sunmak,
- (2) sosyal adalet ve uyum amacına yönelik olarak; turizm aracılığıyla yerel toplulukların yaşam kalitesini yükseltmek ve turizm planlaması ve yönetimine katılımlarını sağlamak ve ayrıca cinsiyet, ırk, din, engellilik haline bakılmaksızın turistlere güvenli ve doyurucu bir tatil sunmak,
- (3) çevresel ve kültürel koruma amacına yönelik olarak; kıt kaynakların turizm faaliyetleriyle tüketilmesini, küresel ve yerel çevrenin kirlenmesini ve bozulmasını engellemek, kültürel zenginlik ile biyolojik çeşitliliği sürdürmek ve bunların değer kazanmasına yardımcı olmak

Avrupa turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için gözetilmesi gereken başlıca önceliklerdir (Mehter Aykın, 2016, s.294-295). Raporda ayrıca, Avrupa turizminin sürdürülebilirliğinin önündeki başlıca güçlüklerle mücadele konusunda AB ve üye devletler, yerel yönetimler ve destinasyonlar, meslek örgütleri ve işletmeler, sosyal ortaklar ve çalışanlar, eğitim kurumları ve yerel halk, tüketiciler ve turistler gibi başlıca aktörlere düşen görevler tanımlanmıştır (Mehter Aykın, 2016, s.295).

3 TSG; Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) gibi uluslararası örgüt temsilcilerinden, üye devlet, yerel yönetim ve meslek örgütü temsilcilerinden, sosyal ortaklardan ve akademisyenlerden teşekkül eden ve Avrupa Komisyonu’na bağlı çalışan yüksek düzeyli bir araştırma grubudur. Ayrıntılı bilgi için bakınız; Mihalic ve Mehter Aykın, “Tourism Sustainability Group (TSG)”. Carl Cater *et al.* (der.), *The Encyclopedia of Sustainable Tourism*, Oxford, CABI Publishing, 2015, s. 496-497.

3.2. Dünyanın 1 Numaralı Turist Destinasyonu Avrupa için Yeni Bir Turizm Politikası

AB'nin yeni nesil turizm politikası oluşturulurken TSG'nin yukarıda açıklanan eylem planı referans alınmıştır. Avrupa Komisyonu'nun 30 Haziran 2010 tarih ve COM(2010)352 sayılı *Dünyanın Bir Numaralı Turist Destinasyonu Avrupa için Yeni Bir Turizm Politikası Çerçevesi* isimli strateji belgesiyle kapsamı tanımlanan Yeni Turizm Politikasına göre; rekabetçi, sürdürülebilir, modern ve sosyal açıdan sorumlu bir turizm sektörü yaratılması amacıyla yönelik olarak Birlik,

- (1) Turizm sektörünün rekabet gücünü artırıcı tedbirler alma;
- (2) Sürdürülebilir, sorumlu, yüksek kaliteli turizm yaklaşımının Avrupa çapında yaygınlaştırılmasına katkıda bulunma;
- (3) Avrupa imajını sürdürülebilir ve yüksek kaliteli destinasyonlar toplamı olarak bütünleştirme;
- (4) AB mali politika ve araçlarının turizm sektörünün gelişimi için kullanılma olanaklarını artırma

niyetinde olduğunu açıklamış ve kaynak tahsisini bu çerçevede yapmaya başlamıştır (Mehter Aykın, 2016, s.300-301 ve European Commission, COM(2010)352). Esasında bu dört madde, her ne kadar AB tarafından bu adlandırma yapılmasa da, bize göre Avrupa Turizm Stratejisinin ana akslarını ifade etmekte olup, her biri Turizm Eylem Planında öngörülen yirminin üzerinde eylem başlığı ve çok sayıda araç ile pekiştirilmeye çalışılmaktadır (Mehter Aykın, 2016, s.301). Nitekim, söz konusu stratejideki gelişim aksları 21 eylem başlığı ile tamamlanarak kademeli olarak hayata geçirilmiştir. Avrupa Turizm Stratejisi ve Turizm Eylem Planında yer alan akslar ve araçlar Tablo 1'de özetlenmiştir. Hiç kuşkusuz, ekonomik-sosyal-kültürel-çevresel boyutuyla düşünüldüğünde her bir aks ve ilgili araç Avrupa turizminin sürdürülebilirliğinde önemli birer girdi sağlamaktadır. Bununla birlikte, bu çalışmanın kapsamını daraltmak amacıyla "*sürdürülebilir, sorumlu, yüksek kaliteli turizm anlayışının yerleştirilmesi*" şeklinde ifade edilen ikinci gelişim aksı kapsamında uygulamaya aktarılan araçlar takip eden bölümlerde daha ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

Tablo 1: Avrupa Turizm Stratejisi ve Eylem Planında Yer Alan Akslar ve Araçlar

Akslar	Araçlar
1) <i>Turizm işletmelerinin rekabet gücünün artırılması</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Var olan turizm potansiyelinin gerçekleştirilmesi (Kıyı ve deniz turizmi, kültür turizmi, kırsal turizm, diğer alternatif turizm türleri v.b.)▪ Herkes için turizm girişi (CALYPSO, sosyal turizm, engelsiz turizm, gençlik turizmi, üçüncü yaş turizmi v.b.)▪ Turizm istatistiklerinin derlenmesi ve piyasaların gözetimi-denetimi (Consumer Market Scoreboard, Virtual Tourism Observatory (VTO), Eurobarometer)▪ Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT'ler) ile turizm platformunun tesis edilmesi (TourismLink, Tourism Business Support Portal)▪ Avrupa İşletmeler Ağı içerisinde turizm ve kültürel miras sektör grubunun oluşturulması (Enterprise Europe Network – Tourism and Cultural Heritage Sector Group)▪ Mesleki bilgi ve becerilerin geliştirilmesi: Turizmde Beceri ve Yetkinlik Çerçevesi (Tourism Skills and Competence Framework), EURES (the European Job Mobility Portal)▪ Uluslararası işbirliklerinin geliştirilmesi ve deklarasyon imzalanması (2018 AB-Çin Turizm Yılı; BRIC Ülkeleri: Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin; Latin Amerika ve Akdeniz Ülkeleri)
2) <i>Sürdürülebilir, sorumlu, yüksek kaliteli turizm anlayışının yerleştirilmesi</i>	<ul style="list-style-type: none">▪ Avrupa Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Şartı▪ Kıyı ve Deniz Turizmi Stratejisi▪ Avrupa İşletmeler Biyo-çeşitlilik Özel Ödülü (EBAE:B&B - European Business Awards for the Environment – Special Mention: Business and Biodiversity)▪ Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi İçin Avrupa Turizm Göstergeler Sistemi (ETIS – European Tourism Indicators System for Sustainable Tourism Management)▪ Avrupa Turizm Kalite Etiketleri (ETQ Label - European Label for Tourism Quality Schemes)▪ AB Eko-etiketleri (the EU EcoLabel)

- 3) *Bütünleşik bir Avrupa imajının yaratılması*
 - AB Eko-yönetim ve Denetim Mekanizması (EMAS – Eco-management and Audit Scheme)
 - Sınır Aşırı Tematik Rotalar: Bisiklet Turizmi ve EuroVelo Parkurları, Avrupa Kültür Rotaları, İnanç Turizmi ve Hac Rotaları, Kültürel ve Endüstriyel Miras Projeleri, Crossroads of Europe / Carrefours d'Europe v.b.
 - Avrupa Seçkin Destinasyonlar Ağı (EDEN – European Destinations of Excellence Network)
 - Pan-Avrupa Destinasyonları Portalı (visiteurope.com)
 - Avrupa Engelsiz Turizm Rehberi (Pantou – the European Accessible Tourism Directory)
 - Avrupa Turizm Günü, Avrupa Turizm Forumu v.b.
- 4) *AB'nin mali politika ve araçlarının turizmin hizmetine sunulması*
 - 2014-2020 Dönemi Çok Yıllı Mali Çerçeve Araçları (EFSI – European Fund for Strategic Investments, ERDF – European Regional Development Fund, CF – Cohesion Fund, ESF – European Social Fund, EAFRD – European Agricultural Fund for Rural Development, EMFF – European Maritime and Fisheries Fund, LIFE, Horizon-2020, COSME – Programme for the Competitiveness of Enterprises and SMEs, Creative Europe Programme, Erasmus+, EaSI – European Programme for Employment and Social Innovation)

Kaynak: Avrupa Komisyonu'nun turizm politikasına ilişkin internet ana sayfası (https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_en) ve bağlantı sayfalarından yazar tarafından derlenmiştir.

3.3.Sürdürülebilir Turizmden Sorumlu Turizme Doğru: Avrupa Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Şartı

“Sürdürülebilir turizm” uzunca bir süredir üzerinde ciddiyle durulan bir kavram olmakla birlikte, “sorumlu turizm” kavramı görece yenidir. Bu kavram dayanağını 2000’li yıllarda geliştirilen “ortak sosyal sorumluluk” yaklaşımından almaktadır. Avrupa Komisyonu’nun 25 Ekim 2011 tarih ve COM(2011)681 sayılı *2011-2014 Dönemi için AB’nin Yenilenmiş Ortak Sosyal Sorumluluk Stratejisi* belgesinde bu kavram “işletmelerin toplum üzerinde yarattıkları etkilerden kaynaklanan sorumlulukları” şeklinde ifadesini bulmuştur (European Commission, 2011, s.6). Sözü edilen strateji belgesinde, ortak sorumluluk bağlamında tüm işletmelerin toplumsal ve çevresel sorunlara ilişkin çözüm önerileri ile benzer şekilde etik değerlere, insan haklarına, tüketicinin korunmasına dair sorunlara yönelik çözüm önerilerini ana süreçlerine dahil eden bir iş yapış şekli geliştirmeleri gerektiği dile getirilmiştir. Zamanla, sürdürülebilir turizm kavramının yanına sorumlu turizm eklenmiştir.

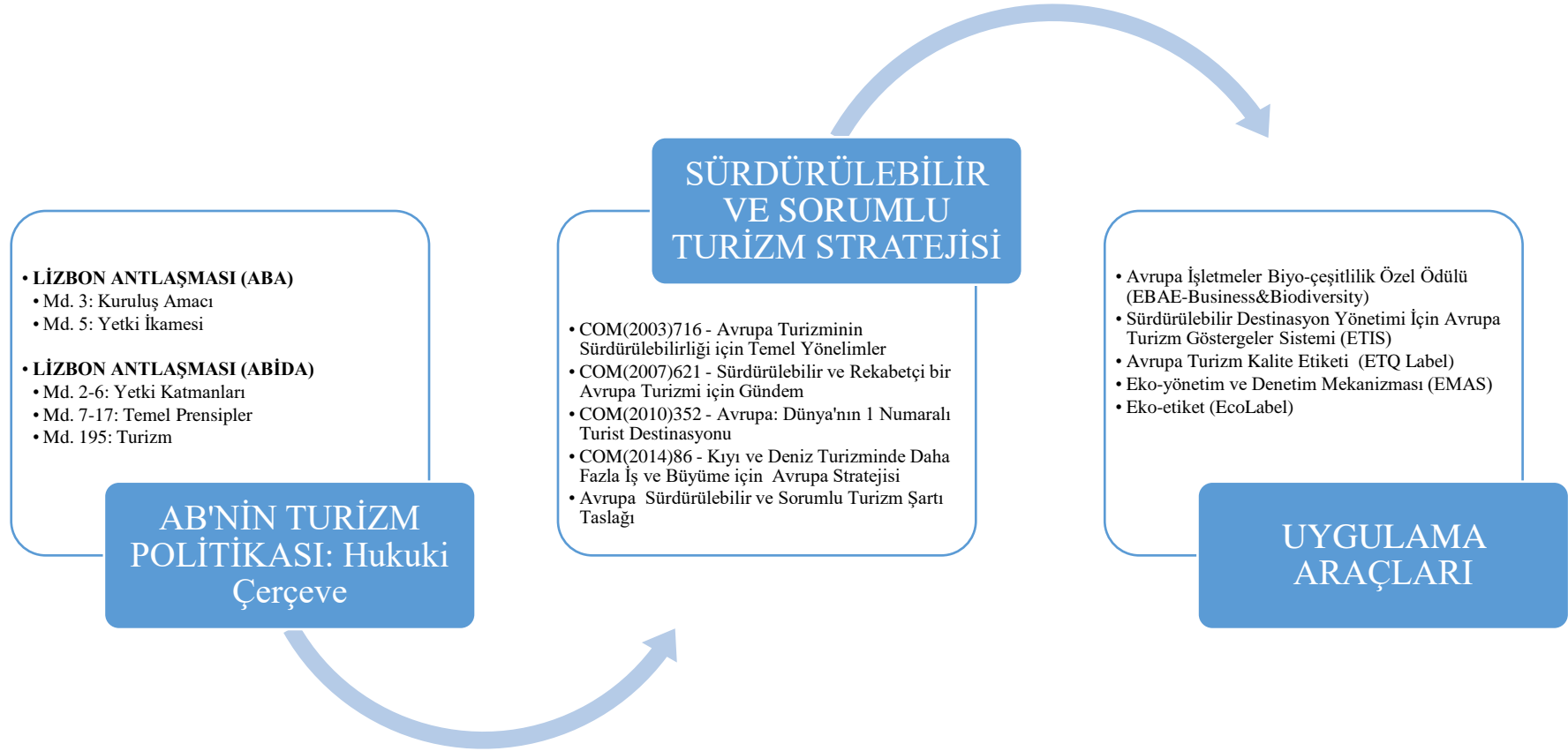
AB’nin uluslararası piyasalarda rekabet gücüne sahip olması, hiç kuşkusuz, ekonomik-sosyal-çevresel-kültürel düzlemde turizmin sürdürülebilir olmasıyla mümkündür. Sürdürülebilir turizm sadece üretim boyutuyla değil, aynı zamanda tüketim boyutunu da kapsayacak şekilde tüm tarafların sorumluluğunu oluşturmaktadır. AB yazınında turizmin sürdürülebilir olması için ekonomik anlamda kabul edilebilir olması gerektiği, ve ayrıca bir yandan çevre ve toplumun ihtiyaçlarını karşılarken, diğer yandan gelecek neslin ihtiyaçlarını da gözeterek şekilde fayda teminini sürdürmesi gerektiği hususu üzerinde durulmaktadır. Sorumlu turizm kavramı ise, turizm planlamasına, tedarik zincirine ve hatta tüketim boyutuna taraf olan herkesin sürdürülebilir turizme dair farkındalığını, kararlılığını ve eylemleriyle destek verme durumunu ifade etmek üzere kullanılmaktadır (European Commission, ENTR.F1 D(2011), Annex 1, s.2).

AB’nin sürdürülebilir ve sorumlu turizm politikasına ilişkin yasal çerçeve, strateji belgeleri ve uygulama araçları Şekil 1’de şematik olarak gösterilmiştir. AB, Lizbon Antlaşması’nın kendisine verdiği yetkiye dayanarak sürdürülebilir, sorumlu, yüksek kaliteli turizm yaklaşımının Avrupa çapında benimsenmesini sağlamak ve üye devletlerin bu bağlamdaki tekil çabalarını Avrupa boyutuna taşımak amacıyla bir dizi girişim başlatılmış ve çok sayıda araç geliştirmiştir. Sözü edilen girişimlerin en başında *Avrupa Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Şartı*’nın yazılması görevinin üstlenilmesi gelmektedir. Avrupa Komisyonu’nun İç Pazar, Endüstri, Girişimcilik ve KOBİ’ler Genel Müdürlüğü’ne (Directorate General on Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs - DG GROW) bağlı Turizm, Yükselen ve Yaratıcı Endüstriler Birimi (kısaca Turizm Birimi ya da TB)

COM(2010)352 sayılı Strateji Belgesinde öngörülenleri hayata geçirmek üzere TSG ile birlikte inisiyatif almış; bu bağlamda küresel ve bölgesel ölçekteki tüm yaklaşımları entegre ederek *Avrupa Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Şartı* adı altında bütüncül bir belge oluşturmuşlardır. Taslak Şartın dört ayrı eksenle etkiye sahip olduğu düşünülmektedir. Bunlar sırasıyla; (1) ulusal/bölgesel turizm politikalarının oluşturulması, (2) turizm destinasyonlarının planlanması ve yönetimi, (3) turizm endüstrisindeki tüm işletmelerin operasyonları ve performansı, (4) turistlerin seçimleri ve eylemleridir (European Commission, ENTR.F1D(2011)). Sözü edilen Şartın ilerleyen günlerde bağlayıcı bir boyut kazanması mümkün olup, taslakta yer alan 7 ilke ve 10 eylem alanı Tablo 2’de özetlenmiştir.

3.4. Kıyı ve Deniz Turizminde Daha Fazla İş ve Büyüme için Avrupa Stratejisi

AB’nin birleştirdiği coğrafya Adriyatik ve Baltıklar’dan Akdeniz’e kadar, Atlantik’ten Karadeniz’e kadar uzanmakta ve her bir yanında farklı karakterde kıyı ve deniz bandı bulunmaktadır. Bu kaynakların gelecek nesillere aktarılacak şekilde kullanılması çeşitli tedbirlerin alınmasını gerektirmektedir. DG GROW, turizme etkisi olan ancak başka genel müdürlüklerin yetkisinde bulunan konularda ilgili birimle bir araya gelip ortak sorunların çözümü için ortak bir bakış geliştirmektedir. Bu bağlamda, DG GROW Avrupa Komisyonu’nun bir başka birimi olana Denizcilik ve Balıkçılık Genel Müdürlüğü ile birlikte 20 Şubat 2014 tarih ve COM(2014)86 sayılı *Kıyı ve Deniz Turizmi Stratejisinin* geliştirilmesinde öncü rol üstlenmiştir. Söz konusu strateji, kıyı ve deniz turizminin özellikle yeni iş sahası açma konusunda sahip olduğu potansiyeli harekete geçirmek üzere, sektörün gelişimi için gerekli tüm tedbirlerin diğer AB politikaları da gözetilerek alınmasını ve sınır ötesi işbirliklerinin geliştirilmesini öngörmektedir (European Commission, COM(2014)86 ve European Commission, Coastal and Maritime Tourism, bakınız internet kaynakçası).



Şekil 1: AB'nin Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Politikasına İlişkin Hukuk Kuralları, Strateji Belgeleri ve Araçlar

Tablo 2: Avrupa Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Şartı Temel Prensipleri ve Eylem Alanları

Temel Prensipler	Eylem Alanları
1) Etik kaygılar Avrupa turizm politikasının ve eylemlerinin temel dayanağını oluşturmalıdır.	1) Turizm planlaması ve yönetimine paydaşların dahil edilmesi
2) Sürdürülebilirliğin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutuna aynı oranda önem verilmelidir.	2) Vatandaşların güvenli ve tatmin edici bir tatil ve seyahat hakkına saygı duyulması
3) Turizmin diğer endüstri ve faaliyetler üzerindeki etkisi ile özellikle yerel toplum ve çevre üzerindeki baskısı hiçbir zaman göz ardı edilmemelidir.	3) Turizm endüstrisinin rekabet edebilirliğinin ve sürdürülebilirliğinin teminat altına alınması
4) Sürdürülebilir olmayan kısa vadeli çözüm ve yaklaşımlar yerine uzun vadeli bir bakış açısıyla turizm gelişimi planlanmalıdır.	4) Geniş bir yelpazede ve tatmin edici düzeyde iş olanaklarının sunulması
5) Mevcut turizm faaliyetlerinin ve gelecekteki turizm gelişiminin olası etkileri objektif bir bakışla değerlendirilmelidir.	5) İklim değişikliği ile mücadele edilmesi ve gerekli düzenlemelerin yapılması
6) Başta işletmeler ve turistler olmak üzere, turizmin doğrudan faydalanıcıları faaliyetlerinin neden olduğu maliyetlerden haberdar olmalı ve bunun telafisi için gerekenleri yapmaya hazır olmalıdırlar.	6) Doğal kaynakların / kıt kaynakların kullanımının kontrol altında tutulması ve etkin bir şekilde yönetiminin sağlanması
7) Ulusal ve yerel politikalar turizmin sürdürülebilir ve sorumlu bir yaklaşımla gelişimini sağlamak üzere uygulanmalıdır.	7) Doğal ve kültürel miras ile çeşitliliğin kutsanarak korunması
	8) Turizm faaliyetlerinden yerel toplulukların fayda sağlamanın ve onlara saygı duyulmasının temin edilmesi
	9) Turizmin etkisinin izlenmesi ve sürekli iyileştirilmesi
	10) Sorumlu turizm konusunda farkındalık yaratılması ve taraf olunması

Kaynak: Avrupa Komisyonu'nun 10 Şubat 2012 tarih ve ENTR. F1 D(2011) sayılı istişare belgesinin "First Draft Text of the European Charter for Sustainable and Responsible Tourism" isimli 1 no.lu ekinde yazar tarafından derlenmiştir.

3.5. İşletmeler ve Biyo-çeşitlilik Özel Ödülü (European Business Awards for the Environment - Special Mention: Business and Biodiversity – kısaca EBAE: B&B)

Benzer şekilde, Turizm Birimi Çevre Genel Müdürlüğüyle de işbirliğine yönelmiş; Komisyon tarafından iki yılda bir verilen *Çevre için Avrupa İşletmeler Ödülü* kapsamında *İşletmeler ve Biyo-çeşitlilik Özel Ödülü* verilmesine önyak olmuştur. "Yönetim", "Ürün ve Hizmetler", "Süreç" ve "Uluslararası İşbirlikleri" olmak üzere dört ayrı kategoride EBAE verilmekte olup, başvurular arasından ayrıca biyolojik kaynakların yok olmasına karşı duran ve doğal eko-sistemleri destekleyen işletmelere biyo-çeşitlilik özel ödülü verilmektedir. AB böylelikle bir yandan çevre politikasının gereklerini yerine getirirken, diğer yandan *AB Çevre Yönetim ve Denetim Sistemi* ve *Eko-etiket* gibi gönüllü uygulamaların Avrupa çapında yaygınlaştırılmasına hizmet etmektedir (European Commission, Rewarding Innovation for Sustainability, bakınız internet kaynakçası).

3.6. Çevre Yönetim ve Denetim Sistemi (the EU Eco-Management and Audit Scheme – kısaca EMAS)

Çevre Yönetim ve Denetim Sistemi tüm işletme ve kuruluşların çevre performanslarını değerlendirmelerine, raporlamalarına ve iyileştirmelerine yönelik bir yöntem sunmaktadır. *EMAS*, tamamen gönüllü bir uygulama olup, her iki yılda bir verilen ödüller ile işletme ve kuruluşların sisteme katılımı teşvik edilmektedir (European Commission, 2016, s.8). Bu sistem Planla-Uygula-Kontrol Et-Önlem Al (PUKÖ ya da orijinal şekliyle Plan-Do-Check-Act) ana döngüsü üzerine yapılandırılmıştır. Buna göre; işletmelerin çevre politikalarını oluşturup Çevre Yönetim Sistemlerini (ÇYS) yapılandırmaları, oluşturulan bu ÇYS'lerini uygulamaya aktarmaları, iç denetim yoluyla ÇYS'nin etkinliğini denetlemeleri ve bulgular çerçevesinde mevcut ÇYS'lerini iyileştirmeleri

beklenmektedir. Bu ana döngüyü başlangıç ve bitiş faaliyetleri tamamlamaktadır. PUKÖ döngüsü başlatılmadan önce işletmelerin yetkilendirilmiş kuruluşlarla temasa geçip, mevcut çevre yaklaşımlarını birlikte değerlendirmeleri beklenmektedir. PUKÖ döngüsü sonrasında ise, sırasıyla çevre raporunun oluşturulması, bu raporun yetkilendirilmiş kuruluşlar tarafından onaylanarak EMAS kaydının yapılması ve sistem aracılığıyla firmanın çevre taahhütlerinin paydaşlara duyurulması faaliyetleriyle süreç tamamlanmaktadır (European Commission, EMAS: How does it work?, bakınız internet kaynakçası).

3.7 Eko-etiket (the EU EcoLabel Scheme – kısaca EcoLabel)

EcoLabel üretim ve tüketim süreçlerinin çevreye yüklediği külfetin azaltılmasına yönelik gönüllük esasıyla yürütülen bir uygulamadır. Avrupa Komisyonu'nun C(2003)235 sayılı kararı çerçevesinde konaklama ünitelerine eko-etiket verilme koşulları belirlenmiştir. Değerlendirmeler 37 tanesi zorunlu, 47 tanesi ise ihtiyari olmak üzere iki grup kriter üzerinden yapılmaktadır. Enerji ve su tüketiminden tasarruf etmek, çöp üretimini azaltmak, çevreye daha az zararlı madde ve yenilenebilir kaynak kullanmak, çevre konusunda eğitim ve iletişimi desteklemek zorunlu olarak karşılanması gereken kriterler arasında yer almaktadır (Mehter Aykın, 2003, s.307 ve Commission Decision, 2003/287/EC).

3.8.Sürdürülebilir Destinasyon Yönetimi İçin Avrupa Turizm Göstergeler Sistemi (European Tourism Indicators System for Sustainable Destination Management – kısaca ETIS)

Avrupa Komisyonu tarafından geliştirilen ETIS, destinasyonların turizm performanslarının ölçülerek izlenmesinde ve iyileştirilmesinde referans oluşturan çeşitli göstergelerin nasıl derlenip analiz edileceğine yönelik bilgi içeren kapsamlı bir rehberdir. ETIS doğrudan sertifikasyon sağlamaması, salt bir rehber olması sebebiyle EMAS ve EcoLabel gibi sertifikasyon sistemlerini tamamlayıcı bir nitelik taşımaktadır. ETIS'de, her ne kadar çeşitli göstergeler tanımlanmış olsa da karşılanması gereken eşik değerler mevcut değildir. ETIS'de dış denetim, dolayısıyla sertifikasyon da söz konusu değildir. Tamamen öz-değerlendirmeye dayalı gönüllü bir uygulama olup, destinasyonların yönetiminde gözlem yapılmasını, verilerin derlenmesini, iyileştirmelerin yapılmasını ve sürekli takipte kalınmasını öngören bir metodoloji sunmaktadır. ETIS rehberinin ilk bölümünde yedi adımdan oluşan uygulama süreci yer almaktadır. Bunlar sırasıyla şöyledir: (1) Farkındalık yarat, (2) Destinasyon profili oluştur, (3) Paydaş çalışma grubu oluştur, (4) Görev ve sorumlulukları tanımla, (5) Verileri topla ve arşivle, (6) Analiz et, (7) Gelişmeyi sürdür ve sürekli iyileştir. ETIS rehberinin ikinci bölümü ise göstergelere ayrılmıştır. Rehberde 27 asli, 40 tali olmak üzere toplam 67 gösterge dört ana başlık altında toplanmıştır. Ana başlıklar şöyledir: (1) Destinasyon yönetimi, (2) Sosyal ve kültürel etki, (3) Ekonomik değer, (4) Çevresel etki. ETIS 2013 yılından bu yana aralarında AB üyesi olmayan devletlerin de bulunduğu 100 kadar destinasyonda uygulanmaktadır. Pilot uygulamalar sürdürülebilir ve erişilebilir turizmin birlikte ele alınabileceğini ve bunun sektörün rekabet gücü üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermiştir. Bireysel çabaların onurlandırılması ve teşvik edilmesi adına Komisyon 2016 yılında ETIS ve Engelsiz Turizm Ortak Ödülü vermiştir (European Commission, 2016 ve European Commission, ETIS - European Tourism Indicators System for Sustainable Destination Management, bakınız internet kaynakçası).

3.9. Avrupa Turizm Kalite Etiket (European Tourism Quality Label – kısaca ETQ Label)

COM(2010)352 sayılı AB turizm stratejisinde *Avrupa Turizm Kalite Etiket* oluşturulması öngörülmüştür. *ETQ Label* ile amaçlanan, tüketicilere turizm hizmetlerinin kalitesi hakkında güvenilir bilgi sunmak ve kalite odaklı seçim yapan tüketicilerin doğru tercihlerde bulunmasına yardımcı olmaktır. Bu aynı zamanda başta KOBİ'ler olmak üzere turizm işletmelerinin kalite unsurlarına daha fazla kaynak ayırmalarını da teşvik etmektedir. Esasında üye devletlerde kamu ya da özel setör eliyle sunulan geniş bir yelpazede kalite programları mevcuttur. Ancak, bunların her biri gerek kapsam ve yönetim şekli, gerek önerilen metodoloji ve kriterler, gerekse uygulama alanları ve coğrafi yayılım bakımından oldukça farklıdır. Dolayısıyla, AB bu parçalanmışlığı gidermek ve politikalar ile uygulamalar arasında tutarlılık sağlamak adına Avrupa çapında geçerli bir kalite mekanizması geliştirme ve bu bağlamda paydaşlarla istişareler neticesinde işletmelerin karşılaması gereken kriterleri

tanımlanma yoluna gitmiştir. Henüz Konsey tarafından tavsiye kararına dökülmemiş olmakla birlikte, Komisyon'un önerisinde yer alan Avrupa Turizm Kalite İlkeleri aşağıdaki gibidir (European Commission, COM(2014)85):

- (1) *Çalışanların Eğitimin Teminat Altına Alınması*: Tüketicie hizmet veren tüm elemanların görevlerini layıkıyla yerine getirebilmeleri için eğitilmeleri, elemanların katıldıkları tüm eğitim programlarının kayıtlarının tutulması, kalite yönetim süreçlerinden ve elemanların bu sürece aktif katılımından sorumlu bir kalite koordinatörünün görevlendirilmesi
- (2) *Müşteri Memnuniyet Politikasının Oluşturulması*: Tüketici şikayetlerinin olay mahallinde ya da internet üzerinden derlenmesine ilişkin bir mekanizma oluşturulması, şikayetlerin gecikmeksizin cevaplanması, müşteri memnuniyet anketlerinin uygulanması, sonuçların hizmet kalitesinin artırılmasında geri bildirim olarak kullanılması
- (3) *Tesis ve Ekipmanların Temizlik ve Bakım Planlarına Uyulması*: Kalite dokümanlarında tanımlanan prosedürlerin gözetilmesi
- (4) *Tüketicinin Her Türü Bilgiye Erişiminin Sağlanması*: Bu bilginin en azından yerel gelenek ve görenekler, doğal ve kültürel miras; sunulan hizmet ve ürünler; erişilebilirlik, sürdürülebilirlik; kalite ilkeleri başlıklarını içermesi
- (5) *Bilginin Kapsamı*: Sunulan bilginin doğru, güvenilir, açık, erişilebilir, uygun bir dilde olması ve lokasyon ve işletme konsept bilgisini içermesi.

Komisyonun tanımladığı ilkelerde son düzeltmeler yapıldıktan sonra, Konsey Tavsiyesine dönüşmesi ve yol gösterici bir norm olması beklenmektedir.

4. TÜRKİYE'NİN AB MÜKTESEBATINA UYUMU BAĞLAMINDA TURİZM

4.1. Müzakere Süreci

2005 yılında taraflar arasında katılım müzakerelerinin başlatılmasıyla birlikte AB-Türkiye ilişkilerinde önemli bir aşamaya geçilmiştir. Katılım müzakereleri, sıkça dile getirildiği üzere, AB müktesebatının ne kadar sürede Türkiye tarafından iç hukuka aktarılıp yürürlüğe konacağı ve etkili bir şekilde uygulanacağı test edildiği bir süreçtir (Mehter Aykın, 2008, s.304 ve Devlet Planlama Teşkilatı [DPT], 2005, s.3). AB müktesebatı, AB hukuk sistemine verilen ad olup, AB'yi kuran ve daha sonra değişikliğe uğrayan antlaşmaları, aday ülkelerin AB'ye katılırlarken imzaladıkları katılım antlaşmalarını, Konsey, Komisyon ve Adalet Divanı gibi AB organlarının çıkardıkları tüm mevzuatı kapsamaktadır (Mehter Aykın, 2008, s.304 ve DPT, 2005, s.5). Türkiye tarafından üstlenilmesi gereken müktesebat katılım müzakereleri için 35 başlık altında toplanmıştır. Turizm, 20. Faslın konusunu oluşturan İşletme ve Sanayi Politikası başlığı altında ele alınmaktadır.

20. Fası, genel olarak rekabet edebilirliğin artırılması hedefine yönelik işletme politikası, sanayi politikası ve sektörel bazda tedbirleri içeren politikalar setinden oluşmaktadır. İşletme ve Sanayi Politikasının nihai hedefi; AB'nin sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu olarak, Avrupa girişimlerinin hayat bulup gelişebileceği ve girişimcilik ruhunun açığa çıkabileceği bir iş ortamının yaratılması; böylelikle Avrupa girişimlerinin uluslararası piyasalarda rekabet gücü kazanmalarının sağlanmasıdır. Bu fasıla ilişkin mevzuat, teknik mevzuattan ziyade Avrupa Komisyonu tebliğleri, önerileri ve AB Konseyi zirve kararları ile ortaya koyulan politika prensiplerinden oluşmaktadır. Politika prensipleri esas itibarıyla yapısal uyumun sağlanması, işletmelere yönelik en uygun iş ortamının yaratılması, iç ve dış yatırımların artırılması, KOBİ'lerin geliştirilmesi, girişimcilik, Ar-Ge ve yenilikçilik faaliyetlerinin desteklenmesi amaçlarına hizmet etmektedir (İktisadi Kalkınma Vakfı [IKV], 2016, s.29-30).

Türkiye'nin AB'de uygulanan "sürdürülebilir ve sorumlu turizm" politikasının gereklerini yerine getirmesi ve gönüllü uygulamalara taraf olmasıyla birlikte, hiç kuşkusuz, her iki tarafın turizm sektörlerinin sürdürülebilirlik boyutunda yapısal uyumu sağlanmış olacaktır. Ancak, sektörel uyum konusunda bir noktanın altını çizmek gerekir. Genel olarak işletme ve sanayi politikası, özel olarak tüm sektörel politikalar malların, kişilerin hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaşımı, dış ekonomik

ilişkiler, enerji, çevre, bilim ve araştırma, devlet yardımları ve rekabet, sosyal politika ve istihdam gibi diğer politika alanlarıyla kesişen dikey bir politika alanıdır (İKV, 2016, s.29). Bu bağlamda, tarafların turizm sektörlerinin tam anlamıyla uyumunun sağlanabilmesi için tüm bu boyutlarda da ilgili müktesebatın üstlenilmesi gerekmektedir.

4.2. Türkiye Turizm Stratejisi ve Eylem Planı

Sürdürülebilir turizm, Cumhuriyetin kuruluşunun yüzüncü yılında turizm alanında ulaşılmak istenen noktanın tanımlandığı ve konulan sayısal hedeflere yönelik stratejilerin belirlendiği Türkiye Turizm Stratejisi'nin (TTS) odak noktasını oluşturmaktadır. Söz konusu strateji belgesinde Türkiye'nin turizm vizyonu “*sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası haline ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanması*” şeklinde tanımlanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007, s.3). Tablo 3'de görüleceği üzere, turizm sektörünün güçlendirilmesine yönelik 16 adet alt-strateji oluşturulmuştur. Bunların hepsi ya doğrudan (açıkça) ya da dolaylı olarak (zımnen) sürdürülebilir turizm bağlamında hedef ve faaliyetlerin gerçekleştirilmesini öngörmektedir.

Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ve eki niteliğindeki Turizm Eylem Planı (2007-2013), sektörel planlamaya bütüncül bir bakış getirmesi ve Cumhuriyet tarihindeki en kapsamlı turizm sektörü ana planı olması bakımından önem arz etmektedir. TTS, kıyı bandında turizm potansiyeli yüksek olan alanların hinterlandı ile birlikte ele alınmasını ve özel sektör yatırımlarını özendirici “arazi geliştirme modeli” anlayışıyla kaynakların turizm amaçlı tahsis edilmesini öngörmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007, s.). Avrupa boyutu ve bütünleşik Avrupa imajı yaratmak üzere üye devletleri çeşitli destek unsurlarıyla bir diğerine bağlamaya çalışan AB politika ve stratejilerinin aksine, TTS adından da anlaşılacağı üzere ulusal ve hatta lokal boyutta bir strateji belgesidir. Tıpkı AB'de olduğu gibi tematik rotalar üzerinden Turizm Bölge ve Koridorları tanımlanmış, mevcut turizm varlıkları ve kentler bu temalar çerçevesinde bir diğerine bağlanmıştır. Bu birleştirmeler yapılırken sürdürülebilir turizmin gerekleri gözetilmeye çalışılmıştır. Bu çok önemli bir yaklaşım olmakla birlikte, ulusal boyutta kalması sebebiyle yetersizdir.

1993 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı Avrupa Birliği'nin *EBAE, EcoLabel ve ETIS* uygulamalarına benzer bir uygulama başlatmıştır. 2008/3 no'lu Tebliğ hükümleri uyarınca konaklama tesislerine yeşil çam logosuyla lanse edilen Çevre Dostu Kuruluş Belgesi vermektedir. Hiç kuşkusuz çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi açısından yeşil çam verilmesi ve işletmelerin buna itibar ederek bunun gereklerini yerine getirmeleri çok değerli çabalarlardır. Bununla birlikte, Türkiye'de geçerli olan Çevre Dostu Kuruluş Belgesinin ve yeşil çam simgenin uluslararası tanınırlığı ve bilinirliği mevcut değildir. Yabancı turist açısından yeşil çam yeterli bir çağrışımında bulunmamaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin çevreyle dost uygulamalarının hedef ülkelerde tanıtılması ve tutundurulması önem arz etmektedir.

Bilindiği gibi, Türkiye en çok Avrupa'dan turist almaktadır. 2015 yılı itibariyle Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin yaklaşık %49'u Birleşik Krallık dahil AB üyesi ülke vatandaşlarıdır (Kültür ve Turizm Bakanlığı turizm istatistikleri, bakınız internet kaynakçası). Hitap ettiği ziyaretçi profili dolayısıyla, Türkiye'nin gönüllü bir uygulama dahi olsa AB'nin sürdürülebilir ve sorumlu turizm yaklaşımını benimsemesi ve bu bağlamdaki uygulamalara taraf olması sektörün gelişimi açısından elzemdir. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizmi öncelikli addeden TTS'de Avrupa boyutunun yaratılması ve uluslararası platformlara dahil olunarak uluslararası boyutun tesis edilmesi doğru bir yaklaşım gibi gözükmektedir.

Tablo 3: Turizm Sektörünün Güçlendirilmesine Yönelik Stratejiler

Stratejiler	Amaçlar
<i>Planlama Stratejisi</i>	Ekonomik gelişimi destekleyen; fiziksel düzeyde uygulanabilir; toplum yönelimli ve sürdürülebilir turizm ilkesini içeren bir planlama anlayışının ortaya konması
<i>Yatırım Stratejisi</i>	Turizm yatırım projelerini uygulanabilir kılabilecek teşvikler ile turizm sektöründe yatırımların artırılması
<i>Örgütlenme Stratejisi</i>	“İyi Yönetişim” ilkesi çerçevesinde ulusal, bölgesel, il ve noktasal düzeyde turizm sektörü ile ilgili kamu, özel sektör kuruluşları ve STK’ların karar verme süreçlerine katılımlarını sağlayacak konseyler bazında kurumsallaşmaya gidilmesi
<i>İç Turizm Stratejisi</i>	İç turizmde toplumun farklı kesimlerine uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulması
<i>Araştırma Geliştirme Stratejisi</i>	Turizm sektöründe Ar-Ge’nin kamu, özel sektör ve turizm sektöründeki kuruluşlar arasında öncelikle ele alınması
<i>Ulaşım ve Altyapı Stratejisi</i>	Hızla gelişen turizm sektörünün yoğunlaştığı yerleşmelerin altyapı ve ulaşım sorunlarının giderilmesi
<i>Tanıtım ve Pazarlama Stratejisi</i>	Ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte markalaşmanın hedeflenmesi, ulusal tanıtım ve pazarlamaya ek olarak varış noktası bazında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine başlanması
<i>Eğitim Stratejisi</i>	Turizm eğitiminin meslek odaklı olması ve ölçülebilir sonuçlar içermesi
<i>Hizmet Kalitesi Stratejisi</i>	Turizm sektörünün her bileşeninde Toplam Kalite Yönetiminin etkin kılınması
<i>Kentsel Ölçekte Markalaşma Stratejisi</i>	Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılarak, turistler için bir çekim noktası haline getirilmesi
<i>Turizmin Çeşitlendirilmesi Stratejisi</i>	Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi ve termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko-turizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi
<i>Mevcut Turizm Alanlarının İyileştirileceği Bölgelere dair Strateji</i>	Kitle turizminin yoğun olarak geliştiği alanların altyapısının öncelikli olarak ele alınarak güçlendirilmesi ve bu bölgelerdeki turizm sezonunun tüm yıla yayılabilmesine yönelik düzenlemelerin yapılması
<i>Turizm Gelişim Bölgelerine dair Strateji</i>	Varış noktası olarak geliştirilecek ve birden fazla ili kapsayan turizm gelişim bölgelerinde yerel ve bölgesel kalkınmada turizmin güçlü bir araç olarak kullanılması
<i>Turizm Gelişim Koridorlarına dair Strateji</i>	Belli bir güzergahın doğal ve kültürel dokusunun yenilenecek belli temalara dayalı olarak turizm amacıyla geliştirilmesi
<i>Turizm Kentleri Stratejisi</i>	Dünya ile yarışabilen, markalaşan turizm yerleşmelerinin planlanması
<i>Eko-turizm Bölgelerine dair Strateji</i>	Doğa temelli turizmin planlı gelişimi

Kaynak: “T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye Turizm Stratejisi (2023) ve Eylem Planı (2007-2013), Ankara” künyeli eserden yazar tarafından derlenmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Genel olarak Avrupa, özellikle de AB turizm hareketlerinin yoğunlaştığı bir coğrafyaya işaret etmektedir. Ne var ki, Avrupa bölgesi uzunca bir süredir küresel turizm pastasından Asya Pasifik bölgesi lehine pay kaybetmektedir. AB mevcut performansını korumak ve turizm hareketlerindeki artıştan daha fazla pay alabilmek için sürdürülebilir ve sorumlu turizm stratejisini geliştirmiştir. AB'nin Yeni Turizm Stratejisi, turizm faaliyetlerinden sağlanan faydanın, sosyal-ekonomik-kültürel-çevresel erozyona sebebiyet vermeksizin nesiller boyu sürdürülmesinin hem üretici, hem tüketici, hem de destinasyonların ortak sorumluluk alanı olduğu görüşünü yansıtmaktadır. AB üye devletlerin sahip olduğu tekil turizm varlık ve politikalarına saygı çerçevesinde, kapsamlı bir düzenleme yapmak yerine her bir üye devletin arzusu ölçüsünde katıldığı politik yönlendirmelerde bulunmayı tercih etmektedir. *ETIS, EMAS, EBAA: B&B, EcoLabel, ETQ Label* AB'nin sürdürülebilir ve sorumlu turizm yaklaşımı çerçevesinde geliştirilen politika araçlarından bazılarıdır. Söz konusu araçlar bir yandan turizm girişimlerinin ve destinasyonların rakiplerine kıyasla üstünlük kazanmalarına yardımcı olurken, öte yandan Avrupa düzeyinde kalite normların oluşturulmasına da katkıda bulunmaktadır

Sürdürülebilir turizm Türkiye Turizm Stratejisinin de odak noktasını oluşturmaktadır. TTS'de belirtildiği üzere; *sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası haline ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanması* arzu edilmektedir. Tıpkı AB'de olduğu gibi TTS'de tematik rotalar üzerinden Turizm Bölge ve Koridorları tanımlanmış, mevcut turizm varlıkları ve kentler bu temalar çerçevesinde bir diğerine bağlanmıştır. Bu birleştirmeler yapılırken sürdürülebilir turizmin gerekleri gözetilmeye çalışılmıştır. TTS'nin öngördüğü arazi geliştirme modeli önemli bir kazanım olmakla birlikte, AB stratejisinde izlenenin aksine sınır ötesi girişim ve işbirliği ağı mevcut değildir. Ayrıca, Türkiye'de sorumlu turizm yaklaşımının tanımlanması ve tutundurulmasına yönelik bir strateji de geliştirilmiş değildir. Türkiye'ye gelen turistlerinin yaklaşık yarısının Avrupa menşeli olduğu ve Türkiye'nin AB ile bütünleşme yolunda irade beyanında bulunduğu bir gerçektir. Bu durumda diyebiliriz ki; 2023 hedeflerine kolaylıkla ulaşılabilmesi için gönüllülük ekseninde çalışan uluslararası platformlara dahil olunarak turizm varlıklarımızın ve destinasyonlarımızın tanınırlığının sağlanması, ulusal boyuttaki turizm stratejimizde Avrupa boyutunun yaratılması ve ayrıca sürdürülebilir turizm ile birlikte sorumlu turizm anlayışının da yaygınlaştırılması amacıyla mevcut stratejimizin genişletilmesi doğru bir yaklaşım gibi gözükmektedir.

KAYNAKÇA

- DPT. (2005). *Türkiye için Müzakere Çerçeve Belgesi ve İlgili Diğer Belgeler*, Ankara.
- European Commission. (2016). *The European Union Tourism Indicator System: ETIS Toolkit for Sustainable Destination Management*, EC, Internal Market, Industry Entrepreneurship and SMEs, Luxembourg: Publications Office of the EU.
- İKV. (2016). *Açılan Müzakere Fasıllarında Ne Durumdayız?* İKV Yayın No: 281, İstanbul.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2007-2013*, Ankara.
- Mehter Aykın, S. (2003). Avrupa Birliği ve Turizm. İçinde: M. Ş. Erdem ve S. Mehter Aykın (Ed.) *Avrupa Birliği ve Türkiye* (ss.285-312), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Mehter Aykın, S. (2008). Avrupa Topluluğu'nun Tüketiciyi Koruma Politikası Kapsamında Paket Turlar ve Türkiye'nin Uyumu. N. Hacıoğlu, C. Avcıkurt, S. Karamanve A. Köroğlu (Ed.) *III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi* içinde (s.302-305) Balıkesir: 17-19 Nisan 2008
- Mehter Aykın, S. (2016). Avrupa Birliği'nin Yeni Politika Alanı: Turizm. İçinde: R. İzol, S. Atvur ve T. Öztürk (Ed.) *21. Yüzyılda Avrupa* (s.281-307), Ankara: Seçkin Yayınevi.
- T. Mihalic ve Mehter Aykın, S. (2015). Tourism Sustainability Group (TSG). İçinde: C. Cater, B. Garrod ve T. Low (Ed.) *The Encyclopedia of Sustainable Tourism* (s.496-497), Oxford: CABI Publishing.

UNWTO. (2016). *Tourism Highlights 2016*, Spain.

AB Dokümanları:

Commission Decision of 14 April 2003 establishing the ecological criteria for the award of the Community eco-label to tourist accommodation service (notified under document number C(2003)235). Document: 2003/287/EC. O.J. No: L 27, 30/01/2010, p.1-18.

Council Decision of 21 December 1988 on an action programme for European Tourism Year (1990). Document: 31989D0046. O.J. No: L 017, 21/01/1989, p.0053.

Council Directive 90/314/EEC of 13 June 1990 on package travel, package holidays and package tours. Document: 390L0314. O.J. No: L 158, 23/06/1990, p.0059-0064.

Directive 94/47/EC of the European Parliament and the Council of 26 October 1994 on the protection of purchasers in respect of certain aspects of contracts relating to the purchase of the right to use immovable properties on a timeshare basis. Document: 31994L0047. O.J. No: L 280, 29/10/1994, p.0083-0087.

Council Resolution of 22 December 1986 on a better seasonal and geographical distribution of tourism. Document: 386Y1231(02) O.J. No: C 340, 31/12/1986, p.0001-0002.

Council Recommendation of 22 December 1986 on standardized information in existing hotels. Document: 386X0665. O.J. No: L 384, 31/12/1986, p.0054-0059.

Council Recommendation of 22 December 1986 on fire safety in existing hotels. Document: 386X0666. O.J. No: L 384, 31/12/1986, p.0060-0068.

European Commission, *White Paper on European Governance*. COM (2001) 428 final of 25.7.2001.

European Commission, *Basic Orientations for the Sustainability of European Tourism*, COM(2003)716 final of 21.11.2003.

European Commission, *Agenda for Sustainable and Competitive European Tourism*, COM(2007)621 final of 19.10.2007, Brussels.

European Commission, *Europe, the World's No 1 Tourist Destination – A New Political Framework for Tourism in Europe*, COM(2010)352 final of 30.06.2010, Brussels.

European Commission, *Implementation Rolling Plan of Tourism Action Framework (COM(2010)352)*, 6 May 2013, Brussels.

<http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/10155/attachments/1/translations> Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2017

European Commission, *A Renewed EU Strategy 2011-2014 for Corporate Social Responsibility*. COM(2011)681 final of 25.10.2011, Brussels.

European Commission, *Consultation Document: European Charter for Sustainable and Responsible Tourism*. ENTR. F1 D(2011) of 10.02.2012, Brussels.

European Commission, *Proposal for a Council Recommendation on European Tourism Quality Principles*. COM(2014)85 final of 20.02.2014 [2014/0043 (NLE)], Brussels.

European Commission, *A European Strategy for more Growth and Jobs in Coastal and Maritime Tourism*. COM(2014)86 final of 20.02.2014, Brussels.

Treaty on European Union, 7 February 1992.

Treaty of Lisbon Amending the Treaty on European Union and the Treaty Establishing the European Community, 13 December 2007.

Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair 2008/3 no'lu Tebliğ (22.09.2008 tarih ve 27005 sayılı Resmi Gazete)

İnternet Kaynakçası:

European Commission, *Coastal and Maritime Tourism*,

https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism_en Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2017

European Commission, *EMAS: How does it work?*, http://ec.europa.eu/environment/emas/join_emas/how_does_it_work_step0_en.htm Erişim Tarihi: 19 Temmuz 2017

European Commission, *ETIS - European Tourism Indicators System for Sustainable Destination Management*,

http://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en Erişim Tarihi: 19 Temmuz 2017

European Commission, *Rewarding Innovation for Sustainability*,

http://ec.europa.eu/environment/awards/award_categories.html Erişim Tarihi: 19 Temmuz 2017

European Commission, *Tourism*,

https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism_en Erişim Tarihi: 18 Temmuz 2017

Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması 2013-2015*,

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html> Erişim Tarihi: 20 Temmuz 2017

Tourism Sustainability Group (2007), *Action for More Sustainable European Tourism*,

http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/docs/tsg/tsg_final_report_en.pdf. Erişim Tarihi: 17 Temmuz 2017

TURİZM EĞİTİMİ ALAN LİSANS ÖĞRENCİLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME BAKIŞ AÇILARI

Yrd. Doç. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU
Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi
cenk-murat@hotmail.com

Arş. Gör. Ayşegül ACAR
Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi
aysegulacar@karabuk.edu.tr

Özet

Bu araştırmada turizm sektörünün ve turistik potansiyele sahip olan kaynakların gelecekte ne şekilde yön alacağını belirleme amacıyla, yüksek öğrenim kurumlarında turizm eğitimi alan öğrencilerin, sürdürülebilir turizme bakış açıları ve algıları incelenmiştir. Araştırma evrenini, Karabük Üniversitesi Safranbolu turizm fakültesi turizm işletmeciliği bölümünde turizm eğitimi almakta olan 256 öğrenci oluşturmuştur. Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında Öğrencilerin sürdürülebilir turizme yönelik bakış açılarına bakıldığında; genellikle sürdürülebilir turizm hakkında olumlu düşüncelere sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Diğer yandan, öğrenciler herkesin birlik içerisinde sürdürülebilir turizm kararlarına katılmasına tereddütlü yaklaştığı belirlenirken, turizmin geliştiği yerlerde aşırı kalabalıklaşmanın nispeten olmadığı ve sürdürülebilir turizm kaynaklarının aşırı bir şekilde kullanıldığına çok fazla katılmadıkları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Turizm Eğitimi, Sürdürülebilir Turizm Gelişimi.

Abstract

In this study, it were examined the perceptive of tourism students in the higher education institution with the aim of determination of what will be direction of tourism sector and resources which have touristic potential. Population is composed of 256 students who are studying at Karabük University Safranbolu Tourism Faculty Tourism Management Department. When we look at the perspectives of students towards sustainable tourism in the light of findings obtained from the research; they generally have positive views on sustainable tourism. On the other hand, while it is determined that the students are hesitant to participate in sustainable tourism decisions all together, It has been found that overcrowding is relatively uncommon in places where tourism develops and that they do not participate too much in excessively usage of sustainable tourism resources.

Key words: Sustainable Tourism, Tourism Education, Development of Sustainable Tourism.

1.GİRİŞ

Akademisyenler, sivil toplum kuruluşları, Hükümetler ve Özel İşletmeler tarafından sürdürülebilir kalkınma son zamanlarda sıklıkla bahsedilmekte olan bir kavramdır. Doğa korumacılığının ekonomik kalkınma politikaları ile çeliştiğini öne süren geleneksel görüşten farklı olarak, sürdürülebilir kalkınmanın temelini karar vermede ekonomik ve ekolojik düşünceleri bütünleştirmenin gerekliliği oluşturmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilir kalkınmanın çevrenin korunması değil, mevcut kaynakları doğru bir şekilde tüketerek ekonomik kalkınmayı gerçekleştirebilmek olarak ifade edebiliriz. Benzer şekilde, Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilir turizmi gelecekteki fırsatları koruyup geliştiren bugünkü turistlerin ve turistik destinasyonların gereksinimlerini karşılayacak turizm olarak tanımlamaktadır (Dünya Turizm Örgütü [WTO],2013). Sürdürülebilir turizm kapsamında kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin devamlılığı sağlanırken; ekonomik, sosyal ve estetik gereksinimlerin karşılanması sağlanmaktadır. İktisadi kalkınma içinde önemli araçlardan biri olan turizm sektöründe, turistik potansiyele sahip olan kaynakların sürdürülebilirliği insan gücünün, profesyonel anlamda eğitime tabi tutulmasını gerektirmektedir. Bu sebeple, turizmde sürdürülebilirlikle beraber iktisadi kalkınma için genelde turizm eğitimi özelde ise sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm eğitimi gerekli bir kıstastır. Özellikle turizm eğitimi sağlayan yüksek öğretim kurumları, turizm işletmelerine ve turizm sektörüne kazandırdığı insan gücü ile turizmin sürdürülebilirliği konusunda etken bir rol oynamaktadır. Gelecekte sektörde çalışacak turizm eğitimi alan öğrencilerin

sürdürülebilirliğin önemini kavramaları ve bu kavramı günlük hayatlarına entegre etmeleri için yüksek öğrenim gördükleri kurumlarda alternatif değerler, beceriler ve bilgi kazanmaları önemli bir husustur. Turizm sektöründe belirlenen hedeflerin sağlanması konusunda etkili liderliği üstlenebilecek insan kaynaklarının sürdürülebilirlik eğitimi almış olması artı avantaj sağlayacaktır. Bu bağlam da değerlendirildiği zaman Turizm eğitimi alan yüksek öğrenim öğrencilerinin sektöre karşı beslemiş oldukları algıları ve takındıkları tutumları ortaya çıkarmaya yönelik yapılan akademik çalışmalar, gelecekte sektörün konumunu belirleme hususunda ışık tutacaktır. Yerli literatür incelendiği takdirde turizm öğrencilerinin sürdürülebilir turizme bakış açılarına yönelik bir araştırmaya rastlanmamaktadır. Yapılan çalışmalar daha ziyade öğrencilerin sektörden beklentileri, geleceğe dair hissettikleri kaygılar, staj uygulamalarına yönelik tutum ve algılarını ölçmektedir. Hâlbuki Turizm sektörü dünya ekonomisini regüle eden temel dinamiklerden biri olması ve ülkelerin gerek yurt içinde gerekse yurtdışında elde ettikleri gelirler içerisindeki payı göz önünde bulundurulduğunda ülke ekonomisi için önemli bir iş kolu olması sektörün sürdürülebilir kalkınmanın temelleri üzerinde faaliyet göstermesi önem arz etmektedir. Gelecekte sektöre yön verecek ve turistik potansiyele sahip kaynakların devamlılığının sağlanıp gelecek nesillere aktarılması konusunda önemli bir aracı etmen olacak olan turizm eğitimi alan öğrencilerin, sürdürülebilir turizm kavramına karşı bakış açılarının ne olduğunun tespit edilmesi gelecekte turizm sektörünün ne yönde şekilleneceğinin belirlenebilmesi açısından önem arz etmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Sürdürülebilir Turizm Kavramı

Sürdürülebilirlik kavramı, sistemin işleyişi için gerekli olan temel kaynakların gelecek nesilleri düşünmeden bilinçsizce tüketilmemesi, sistemin işleyişine zarar vermeden ve yıpratmadan devamlılığın sağlanması olarak tanımlanmaktadır (Karaman, 1996, s.102). Turizm açısından sürdürülebilirlik kavramı düşünüldüğü zaman ise turizm arzı olarak kullanılabilir potansiyel kaynakların aslına bozmadan, tahrip etmeden ve kirletilmeden gelecekte de kullanılabilmesine imkân sağlayacak şekilde faydalanılmasının düzenlenmesi olarak ifade edilebilmektedir (Birkan, 2001, s.17). Turizm, doğal kaynaklar ve çevreyle olan yakın ilişkisinden dolayı ekonomik kalkınma ve bölgesel gelişme hususunda ortaya çıkan uyumsuzluklar çözme hususunda önem arz eden sektör konumundadır. Turizm olgusu, hem kalkınma aracı olarak hem de çevre ile olan ilişkisinin önemini göz önünde bulundurarak, doğal ortam şartlarını koruyan, çevreye hasar vermeden bölgesel kalkınma farklılıklarını ortadan kaldıran sürdürülebilirlik kavramını ortaya çıkarmıştır. Bu kavram, turizm olgusunun her evresinde ekonomik verimliliğin yanı sıra toplumsal sorumluluğu ve çevreyle ilgili duyarlılığı ön planda tutmaktadır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde sürdürülebilir turizm, bireylerin etkileşim içinde olduğu çevreyi korumaları ve kültürel, ekonomik ve biyolojik çeşitliliğinin önemini göz önünde bulundurmaları gerekliliğini ön plana çıkaran, bireylerin sahip olduğu ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını sağlamasına olanak sağlayan ve gelecek nesillerin aynı ihtiyaçları karşılayabilmelerini amaçlayan bir yönetim şeklidir denilebilir. Sürdürülebilir turizm kavramının hedeflerinde biri bir destinasyonun sahip olduğu doğal, iklimsel, çevresel, kültürel, tarihsel ve etnik unsurların korunup geliştirilerek gelecek nesillere aktarılması işlemini gerçekleştirebilmektir. Bu hedef doğrultusunda, değişime uğrama konusunda hassas olan bu kırılgan unsurlar korunup geliştirilerek gelecek nesillere hizmet sunacaktır (Giritlioğlu ve Bulut 2015, s.26). Sürdürülebilir turizmin ana noktası ise çevresel faktörlerin korunmasını ve devamlılığının sağlamak için insan ve çevreyi birbirinden ayırıştırmak ve insanın çevreden faydalanmasını en az seviyeye indirmek değil; aksine çevre bilincini aşılıyarak insanın çevreyle olan bütünlüğünü arttırmaya çalışmaktır. Bunun yanı sıra yeniden yapılanmaya gitmek yerine hali hazırda var olan yapıların kullanımının sağlanmasını kendine amaç edinen sürdürülebilir turizm, bu amaç doğrultusunda bölgeye has mimari özelliklerin devamlılığının sağlanması, bölgenin kültürel özelliklerini yansıtan tarihi ve arkeolojik kalıntıların doğal ortamla uyumunun bozulmamasına özen göstermektedir (Çakılcıoğlu, 1996, s.29-30). Bu bağlamda sürdürülebilir turizm kavramını nitelendirilirken yumuşak turizm, ekolojik turizm, doğa turizmi, kırsal turizm gibi çeşitli tanımlamalar kullanıldığı görülmektedir (Atalık ve Gezici, 1994). Sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilebilmesi için sadece turizm işletmelerinin bu olguya dikkat çekmesi yeterli bir koşul değil aynı zamanda konu hakkında bilgi sahibi nitelikli işgücünün sektörde

çalıştırılması gerekmektedir. Sürdürülebilir turizmin temelinde eğitimin ön koşul olduğu göz önünde tutulduğu takdirde sürdürülebilir turizm kavramında yer alan amaçlara ulaşabilmek için örgün ve yaygın turizm eğitiminin bu doğrultuda gerçekleştirilmesi önemli bir koşuldur. Türkiye Turizm Stratejisi 2023'de belirtildiği üzere ülke turizmimizin itibarı ve kârlılığı ve sürdürülebilirliği, eğitim kalitesinin sürekliliğine bağlı olduğu belirtilmektedir. Türk turizm endüstrisinin kaliteli hizmet anlayışından ödün vermeden sürdürülebilir kılınması ve turizm kaynaklarının gelecek nesillere aktarılabilmesi için hem yerel halkın hem de özellikle turizm öğrencilerinin sürdürülebilir turizm konusunda bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi gerekmektedir.

2.2.Sürdürülebilir Turizm Gelişimi İçin Eğitim

Günümüz koşullarında artık toplumun tercihleri daha sürdürülebilir bir dünyada daha iyi yaşam kalitesine doğru kaymaktadır. Okul öncesi eğitimden başlayarak üniversite eğitimine kadar devam eden sürdürülebilirlik değerlerini kucaklayan bir eğitim sistemi değişim için bir hareket görevi görmektedir (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı [UNESCO],2013). Eğitim süresince öğrencilerin sürdürülebilirliği günlük hayatlarına entegre etmeleri için alternatif değerler, beceriler ve bilgi kazanmaları gerekli bir kıstastır. UNESCO'nun da belirttiği gibi daha iyi bir yaşam kalitesine sahip olmak daha iyi eğitimle sağlanmaktadır. Yeni ve gelişmekte olan Sürdürülebilir Kalkınma Eğitimi kavramı, sürdürülebilir kalkınmanın nasıl sağlanacağı konusunda öğrenme ve öğretme süreçlerini içermektedir. Bu nedenle Aralık 2002'de Birleşmiş Milletler Genel Kurulu, 57/254 sayılı Kararı ile UNESCO liderliğinde "Sürdürülebilir Kalkınma için On Yıllık Eğitim " taslağını ilan edip (2005- 2014) tüm eğitimcileri kaliteli eğitimi desteklemek ve geliştirmek, mevcut eğitimin sürdürülebilir kalkınmaya yönelik yeniden yöneltilmesi sağlamak, halkın anlayışını ve farkındalığını geliştirmek, ve pratik eğitim sağlamak gibi eylemleri gerçekleştirmeye çağırmışlardır (UNESCO). Bu bağlamda dünya çapında çok sayıda yüksek öğretim kurumları ders içeriği geliştirme eyleminde bulunmuş.

Sürdürülebilirliği yüksek öğretime nasıl en iyi şekilde entegre edebileceği konusundaki tartışmalar akademisyenler arasında bir süredir devam etmekle birlikte, klasik öğrenme tekniklerinin sürdürülebilirlik öğretime uygun olmayacağı ve sürdürülebilirliğin çok disiplinli ve çok boyutlu doğasının derin bir öğrenme yaklaşımı beraberinde getirmesi gerektirdiğine dair bir fikir birliği vardır (Jones vd.,2008; Blottnitz, 2006). Ortak fikir birliği dâhilinde mevcut olan müfredatta değişiklikler yapılması yerine sistemin tamamının değişmesinin daha makul olacağı düşünülmektedir (Sterling, 2004). Sürdürülebilirlik eğitimi alan bireylerin bu kavramın üç boyutu (Ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel) arasında ki ilişkiyi kavramsallaştırmayı ve karar aşamasında sisteme dayalı bir yaklaşım benimsemeleri ön görülmektedir (Lugg, 2007). Yerel toplum gelişimi için etkili bir araç olarak kabul gören sürdürülebilir turizm, Doğal çevrenin korunması ve kültürel mirasın korunması ve yerel kalkınmaya katkıda bulunma potansiyeline sahiptir (Sharpley, 2000; Castelli ve Sala, 2010). Turizmde tüm bu hedefleri sağlama da etkili liderliği üstlenebilecek insan kaynaklarının sürdürülebilirlik eğitimi almış olması artı avantaj sağlayacaktır. Canziani vd. (2012) turizmdeki sürdürülebilirlik eğitimi "turizm sektörünün ve bölgelerde ki turizm gelişiminin yürütülmesinde çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik konularda herhangi bir eğitim veya öğretim seviyesi" olarak tanımlamaktadır. Şu bir gerçektir ki günümüzde yapılan çalışmalara iklim değişikliği ve enerji sorunlarının gelecekte giderek bireylerin daha fazla uğraş alanına gireceğini öngörülmektedir (ISSP,2012). Bu bağlamda turizm eğitimi alan öğrencilerin gelecekte turizm profesyoneli olmak için sürdürülebilir kıstaslarını bilmek gibi daha bilgi, beceri ve yeteneğe sahip olmalıdırlar (Sheldon vd., 2011). Turizm eğitimi veren yüksek öğretim kurumlarında sürdürülebilirlik eğitiminin kaliteli bir şekilde de sağlanması öğrencileri "çevrecilik, adalet ve yurttaşlık yükümlülüklerini besleyen eylem ve inanç" olarak tanımlanan küresel vatandaşlığa (Hanson, 2012) uygun hale getirmek ve küresel bir ortamda sürdürülebilir turizmi geliştirmeye ilgili bilgi ve becerilerini geliştirmek için şarttır. Verilen sürdürülebilir turizm eğitimiyle beraber küresel vatandaş haline gelen bireyler, vizyonları geniş dünyadan haberdar olan ve hem yerel hem de uluslararası düzeyde sosyal ve çevresel konuların sorumluluğunu alan kişiler konumuna gelecektir (Hunter vd., 2006). Bu sebeple, yüksek öğretim kurumlarında verilen sürdürülebilir turizm eğitimim öğrencilerin kültürlerarası anlayış, sosyal adalet ve eşitlik, benlik bilincini ve çevresel

okur-yazarlığı daha fazla anlamaları " (Long vd. ,2013) ve onları küresel vatandaş olma yolunda rehberlik etmeleri konusunda tasarlanmalıdır (Morais ve Ogden, 2011).

3. YÖNTEM

Çalışmanın amacı turizm sektörünün ve turistlik potansiyele sahip olan kaynakların gelecekte ne şekilde yön alacağını belirlemek amacıyla, yüksek öğrenim kurumlarında turizm eğitimi alan öğrencilerin, sürdürülebilir turizme bakış açıları ve algıları tespit etmektir. Bu amaç doğrultusunda çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış ve veri toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket Choi ve Sırakaya-Turk tarafından 2005 yılında 44 ifade ve 7 boyuttan oluşan yerel halkın turizmin sürdürülebilirliğine yönelik tutumunu ölçmeye dair hazırlanan sürdürülebilir turizm tutum (SUS-TAS) ölçeğinden Ayazlar (2016) tarafından yapılan çalışmada kullanılmıştır. Ve yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucu desteklenen 18 ifade Bu çalışmada araştırmanın amacına yönelik anlam açısından değişiklik olmayacak şekilde düzenlenmiş ve Turizm öğrencilerinin sürdürülebilir turizm algılarını ölçmek için kullanılmıştır. Söz konusu anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin sorular yer alırken ikinci bölümde turizm eğitimi alan öğrencilerin sürdürülebilir turizme yönelik bakış açılarının belirlenmesine yönelik sorular bulunmaktadır. Ölçeklere ilişkin sorular 5'li likert ölçeğine uygun olarak sıralanmıştır (1= Kesinlikle katılmıyorum, 2= katılmıyorum, 3= ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum). Örneklem belirlenirken, basit tesadüfi örnekleme yöntemi tercih edilmiş ve veriler 2017 yılı Şubat ayı içerisinde Karabük Üniversitesi Safranbolu turizm fakültesi turizm işletmeciliği bölümünde turizm eğitimi almakta olan 256 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen saha çalışması ile toplanmıştır.

4.ARAŞTIRMA BULGULARI

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişkenler	Frekans	Yüzde %
Katılımcıların Cinsiyeti		
Kız	103	40,2
Erkek	153	59,8
Katılımcıların Yaşı		
18-20 yaş	67	26,2
20-23 yaş	177	69,1
24 ve üstü yaş	12	4,7
Katılımcıların Sınıfları		
1.sınıf	113	44,1
2.sınıf	114	44,5
3.sınıf	29	11,3
Katılımcıların Eğitim Türleri		
1.öğretim	134	52,3

2. öğretim	122	47,7
------------	-----	------

Katılımcıların Gelir Durumu

1000TL ve altı	131	51,2
1001-1500TL	67	26,2
1501-2000TL	25	9,8
2001-2500TL	10	3,9
2501TL ve Üstü	23	9,0

Katılımcıların Geldikleri Bölgeler

Marmara Bölgesi	129	50,4
Ege Bölgesi	24	9,4
İç Anadolu bölgesi	10	3,9
Karadeniz Bölgesi	30	11,7
Doğu Anadolu Bölgesi	52	20,3
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	11	4,3

Mezuniyet Sonrası Turizmde Çalışmayı Düşünüyor musunuz?

Evet	184	71,9
Hayır	72	28,1

Araştırmaya katılan öğrencilerin yaklaşık %60'ı (153) erkeklerden oluşurken, %40'ı (103) kızlardan oluşmaktadır. Örnek büyüklüğü içerisinde erkeklerin, kız öğrencilerden daha fazla olduğu görülmektedir. Katılan öğrencilerin yaşları incelendiğinde %69'unun 20-23 yaş (177), %26'sının 18-20 yaş (67) arasında olduğu görülmektedir. 24 yaş ve üstü grubu ise katılım içerisinde en düşük paya sahiptir. Araştırmaya katılan öğrencilerin sınıf durumlarına bakıldığında birinci sınıf %44 (113) ikinci sınıf %44 (114) öğrencilerinin oranlarının birbirine çok yakın olduğu görülmektedir. Üçüncü sınıf öğrencileri ise %11 ile (29) en düşük öğrenci grubunu oluşturmaktadır. Örneklemi alınan fakültede henüz dördüncü sınıf öğrencileri olmadığı için örneklem içerisinde mevcut değildir. Katılan öğrencilerin öğretim türlerine bakıldığında, %52'sinin (134) 1.öğretim, %48'inin (122) 2.öğretim okudukları görülmektedir. Öğrencilerin gelir durumlarına bakıldığında, %77'sinin 1500 TL ve altı gelire sahip olduğu görülmektedir. Diğer yandan katılımcıların hangi bölgelerden geldiğine bakıldığında, yarısının Marmara bölgesinden geldiği görülmektedir. Örneklem içerisinde Akdeniz bölgesinden gelen hiçbir öğrencinin olmadığı dikkat çekmektedir. Öğrencilere mezuniyet sonrası turizm sektöründe çalışmayı düşünüyor musunuz diye sorulduğunda, %72 gibi büyük bir çoğunluğunun, turizm sektöründe çalışmayı düşündüğü belirlenmiştir.

4.1.Güvenilirlik Analizi

Araştırmada uygulanan ölçeğin güvenilirlik analizinin yapılması için Cronbach Alpha katsayısı dikkate alınmıştır. Güvenilirlik analizi sonucunda güvenilirlik katsayısının “,941” olduğu tespit edilmiştir. Ölçeğin yapısal olarak güvenilir ve geçerli olması için güvenilirlik değerlerinin 0,70'in üzerinde olması gerekmektedir (Nunnally & Bernstein, 1994:265). Dolayısıyla bu araştırmada da, güvenilirlik değerlerinin 0,70'in üzerinde olduğu belirlenmiştir.

4.2.Öğrencilerin Sürdürülebilir Turizme Bakış Açıları

Turizm fakültesi öğrencilerinin sürdürülebilir turizme yönelik bakış açılarını belirlemek üzere her bir ifadenin ortalama ve standart sapması hesaplanmıştır.

Tablo 2: Öğrencilerin Sürdürülebilir Turizme Yönelik Algıları

Sürdürülebilir Turizm Yönelik İfadeler	Ortalama	Std. Sapma
Doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve doğa korunmalıdır.	4,50	1,08826
Turizm çevreyi korumalıdır.	4,44	1,00339
Uygun bir turistik gelişim her zaman doğal habitatı korumalıdır.	4,43	,98337
Toplum çevresi şu anda ve gelecekte de korunmalıdır	4,43	1,01477
Turizmde söz sahibi olanlar çevresel koruma için çabalarını artırmalıdır.	4,39	1,02271
Turizm endüstrisi ziyaretçilerine iyi kalitede turistik deneyimler sunmalıdır.	4,30	,97304
Turizm gelişim planları sürekli bir şekilde güncellenmelidir.	4,27	,98605
Turizm endüstrisi gelecek için planlanmalıdır.	4,27	1,00184
Turistik işletmeler ziyaretçilerin memnuniyetinde sorumluluk almalıdır.	4,24	1,01453
Turizm, yerel ürünler için yeni pazarlar oluşturur.	4,19	,98144
Bölgede yaşayanlar turizmin faydalarından eşit şekilde yararlanmalıdır.	4,19	1,02708
Ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılamak turistik işletmelerin sorumluluğundadır.	4,14	1,04828
Turizmin yerel halkın ekonomik durumu için faydalı olduğuna inanıyorum.	4,06	1,11144
Turizmi geliştirme yönetimine toplumdaki tüm bireyler tarafından tam katılımın sağlanması gerekmektedir.	3,91	1,12883
Turistik işletmelerde çalışanların en az yarısı bölgedeki toplumdan sağlamalıdır.	3,80	1,16860
Turizmin gelişmesi nedeniyle yaşadığım yer aşırı kalabalıklaştı.	3,71	1,28736
Yaşadığım yerdeki boş zaman kaynakları (etkinlikleri) turistler tarafından aşırı kullanılmaktadır.	3,66	1,29771
Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın toplumdaki herkes turizm kararlarına dahil edilmelidir.	3,62	1,32547

Tablo 2’de turizm fakültesi öğrencilerinin sürdürülebilir turizme yönelik bakış açılarının belirlemek üzere, söz konusu ifadelerle ilişkin ortalamalar ve standart sapma değerleri yer almaktadır. Buna göre, öğrencilerin en yüksek algıladığı sürdürülebilir turizme yönelik ifade, “Doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve doğa korunmalıdır” (4,50) olurken, bu ifadeyi, “Turizm çevreyi korumalıdır” (4,44) ve “Uygun bir turistik gelişim her zaman doğal habitatı korumalıdır” (4,43) takip etmektedir. Diğer yandan, öğrencilerin en düşük algıladığı sürdürülebilir turizme yönelik ifade, “Bireylerin özgeçmişlerine bakılmaksızın toplumdaki herkes turizm kararlarına dahil edilmelidir” (3,62), olurken, bu ifadeyi “Yaşadığım yerdeki boş zaman kaynakları (etkinlikleri) turistler tarafından aşırı kullanılmaktadır” (3,66) ve “Turizmin gelişmesi nedeniyle yaşadığım yer aşırı kalabalıklaştı” (3,71) takip etmektedir. Öğrencilerin sürdürülebilir turizme yönelik ifadeleri algılama durumlarına bakıldığında, çevresel sürdürülebilirlik noktasında algılarının çok yüksek olduğu değerlendirilmektedir. Yani, turizm öğrencileri, sürdürülebilir turizmi oluşturan en önemli yapının çevreye zarar vermeyen ve çevre ile birlikte ilerleyen bir turizm türünün olması gerektiğini ifade etmektedirler. Öte yandan, öğrencilerin en düşük algıladıkları sürdürülebilir turizme yönelik ifadelerden, sosyal maliyet ve toplumsal katılımı sağlama noktasında algılarının nispeten düşük olduğu görülmektedir. Yani öğrenciler, sürdürülebilir turizmin aynı zamanda çevreye zarar verdiğine ve de toplumsal katılımın da sağlanması dair bir kaniya diğer ifadelerle oranla katılmadıkları değerlendirilmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmin ülkelere ekonomik, sosyal ve kültürel yönden birçok faydası vardır. Bu faydaları maksimize etmek için pek çok ülke turizme yatırım yapmakta ve karşılığını maksimum almak istemektedir. Fakat, bu elde edilmek istenen faydalara çabuk ulaşabilmek için kısa dönemli bir bakış açısı sergilenmekte ve günü kurtarma gibi bir yaklaşım içerisine girilmektedir. Halbuki turizmin faydalarının devamı için kısa süreli bir bakış açısı yerine uzun dönemli sürdürülebilir bir bakış açısı izlenmesi gerekmektedir. Bu yönden bakıldığında ülkelerin ve bölgelerin turizmi olumsuz olarak etkileyen bir turizm anlayışı yerine bunu tersine çevirebilecek sürdürülebilirlik yaklaşımıyla turizm faaliyetlerini yerine getirmesi önem arz etmektedir. Bu nedenledir ki, günümüzde sürdürülebilir turizm kavramı her geçen gün gelişimini sürdürmektedir.

Sürdürülebilir turizm, çevreye ve doğaya zarar vermeden, turizmin sosyal, ekonomik ve kültürel faydalarının sürdürülebilir bir anlayışla sergilenmesine katkı sağlamakta ve turizmin olumlu etkilerini ön plana çıkarmaktadır. Bu açıdan, sürdürülebilir turizm ile ilgili farkındalık yaratma ve bu anlayışı turizmle ilgili tüm paydaşlarda görme noktasındaki tüm çabalar önem kazanmaktadır. Bu paydaşlardan en önemlilerinden biri hiç kuşkusuz iş görenlerdir. Nitelikli iş gücünün oluşmasında, turizm ile ilgili eğitim veren kurumlar önemli görevler üstlenmektedir. Geleceğin turizm yöneticilerinin bu eğitim kurumlarında okuyan öğrencilerden çıkacak olması, turizm öğrencilerinin, turizmle ilgili konulardaki yaklaşımlarının önemini ortaya koymaktadır. Bu açıdan bakıldığında turizm eğitimi alan öğrencilerin sürdürülebilir turizme yönelik bakış açılarının belirlenmesi, onların gelecekte turizmle ilgili görevleri yerine getirirken takındıkları yaklaşımlara ışık tutacaktır.

Bu kapsamda, araştırmanın amacı, turizm eğitimi alan öğrencilerin sürdürülebilir turizme yönelik bakış açılarının belirlenmesini sağlamaktır. Bu amaçla, tüm turizm eğitimi alan öğrencilere ulaşmanın zorluklarından dolayı, örnekleme yoluna gidilerek, Safranbolu turizm fakültesinde okuyan 256 öğrenciye anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Elde edilen analiz sonuçlarına bakıldığında, öğrencilerin çoğunluğu erkeklerden oluşurken, yaşları büyük bir çoğunlukla 20-23 arasında değişmektedir. Birinci ve ikinci öğretim öğrencilerinin birbirine çok yakın olduğu öğrenci grubu içerisinde, birinci ve ikinci sınıf öğrencileri çoğunluğu oluşturmaktadır. Öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun gelirleri 1500 TL ve altında oluşurken, yaklaşık yarısı Marmara Bölgesinden geldiklerini ifade etmiştir. Diğer yandan öğrencilerin büyük bir çoğunluğunun mezuniyet sonrası turizm sektöründe çalışmayı düşünceleri dikkat çekici bir sonuç olarak görülmektedir.

Öğrencilerin sürdürülebilir turizme yönelik bakış açılarına bakıldığında; genellikle sürdürülebilir turizm hakkında olumlu düşüncelere sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Ayrıca sürdürülebilir turizmin, doğanın çeşitliliğine değer vermesi ve doğayı koruması gerektiği ve turizmin gelişme sürecinde

çevreye zarar vermeyen bir gelişim yaklaşımını sürdürmesi en önemli bakış açıları oluşturmaktadır. Diğer yandan, öğrenciler herkesin birlik içerisinde sürdürülebilir turizm kararlarına katılmasına tereddütlü yaklaştığı belirlenirken, turizmin geliştiği yerlerde aşırı kalabalıklaşmanın nispeten olmadığı ve sürdürülebilir turizm kaynaklarının aşırı bir şekilde kullanıldığına çok fazla katılmadıkları tespit edilmiştir. Araştırmada öğrencilerin sürdürülebilir turizme bakış açıları, genellikle çevresel yönden bir tutum içerisinde oldukları fakat sürdürülebilir turizmin de kaynakları tüketme noktasında zararlı yaklaşımlarının olabileceği ve sürdürülebilir turizm kararlarında toplumsal katılım konusunda da bazı faaliyetlerin yürütülmesi gerektiğinin farkına varmaları açısından, bu konudaki eğitimcileri de önemli görevler düşmektedir.

Bu araştırma tüm turizm eğitimi alan öğrencilerin, sürdürülebilir turizme yönelik bakış açıları değerlendirilmemesi nedeniyle önemli bir sınırlılık oluşturmaktadır. Bu konuda bundan sonraki araştırmalarda, örneklemin büyük tutulup, tüm turizm öğrencilerinin bakış açıları yansıtması, araştırmanın genelleştirilebilmesi açısından araştırmacılara önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ayazlar, A. R., (2015), Sürdürülebilir turizm tutum (sus-tas) ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik çalışması: Didim yerel halk örneği. A.Aksu ve vd. (Ed.), II.Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi içinde (s.242-256). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Atalık, G., Gezici, F., (1994). Çevre duyarlı planlama kapsamında turizm eylemlerinin değerlendirilmesi, 4. Ulusal Bölge Bilimi / Bölge Planlama Kongresi içinde (s.448). Trabzon: KTÜ Müh. Mim. Fak. Mimarlık Bölümü Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı.
- Blottnitz, H.V., (2006), Promoting active learning in sustainable development: Experiences from a 4th year chemical engineering course, *J. Clean. Prod.*, 14, 916–923.
- Birkan, G. (2001). Sürdürülebilirlik kavramı, Turizm Sektörü Açısından Sürdürülebilir Gelişmenin Önemi ve Koşulları. I. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi İçinde (s.17- 18). Ankara: Kızılcahamam.
- Canziani, B.F., Sönmez, S., Hsien, Y. ve Byrd, E.T., (2012), A learning theory framework for sustainability education in tourism. *J. Teach. Travel Tour.*, 12, 3–20.
- Castellani, V., Sala, S., (2010), Sustainable performance index for tourism policy development, *Tour. Manag.*, 31, 871–880.
- Choi, H.C. ve Sırakaya-Türk, E., (2005), Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: development of sustainable tourism attitude scale, *Journal of Travel Research*, 43, 380-394.
- Çakılcıoğlu, M., (1996), Sürdürülebilir Turizme Yönelik Bir Yöntem Önerisi, Doğu Karadeniz/ Trabzon İli Özelinde Bir İrdeleme, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- Giritlioğlu, İ. ve Bulut, E., (2015), Yerel halkın bakış açısına göre Gaziantep turizmi ve sürdürülebilirlik, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (1), 25-31.
- Hanson, L., (2010), Global citizenship, global health, and the internationalization of curriculum: A study of transformative potential. *J. Stud. Int. Educ.*, 14, 70–88.
- Hunter, B., White, G.P. ve Godbey, G.C., (2006), What does it mean to be globally competent? *J. Stud. Int. Educ.*, 10, 267–285.
- International Society of Sustainability Professionals (ISSP). The Sustainability Professional: 2010 Competency Survey Report 2010. Available online: <http://www.sustainabilityprofessionals.org/sustainability-professional-2010-competency-survey-report> (accessed on 21 June 2017).
- Jones, P., Trier, C.J. ve Richards, J.P., (2008), Embedding education for sustainable development in higher education: A Case study examining common challenges and opportunities for undergraduate programmes, *Int. J. Educ. Res*, 47, 341–350
- Karaman, A. (1996), Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Ekolojik Bir Çerçeve. Sürdürülebilir Turizm; Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, 19.Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu İçinde, İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- Lugg, A., (2007), Developing sustainability-literate citizens through outdoor learning: Possibilities for outdoor education in Higher Education, *J. Adventure Educ. Outdoor Learn.* 7, 97–112.

- Long, J., Vogelaar, A. ve Hale, B.W., (2013), Toward sustainable educational travel, *J. Sustain. Tour.*, 22, 421–439.
- Morais, D.B. ve Ogden, A.C., (2011), Initial development and validation of the Global Citizenship Scale, *J. Stud. Int. Educ.*, 15, 445–466.
- Nunnally, J. C. ve Bernstein, I.H., (1994), *Psychometric theory*, Third Edition, McGraw-Hill Inc., New Jersey.
- Sharpley, R., (2000), Tourism and sustainable development: Exploring the theoretical divide, *J. Sustain. Tour.*, 8, 1–19.
- Sheldon, P.J., Fesenmaier, D.R ve Tribe, J., (2011), The tourism education futures initiative (TEFI): Activating change in tourism education, *J. Teach. Travel Tour.*, 11, 2–23.
- Sterling, S., (2004), Higher education, sustainability, and the role of systemic learning. In *Higher Education and the Challenge of Sustainability: Problematics, Promise, and Practice*; Corcoran, P.E., Wals, J., Arjen, E., Eds.; Kluwer Academic Publishers: Hingham, MA, USA; pp. 47–70.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). United Nations Decade of Education for Sustainable Development 2005–2014. Available online: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001416/141629e.pdf> (accessed on 21 june 2017).

TURİZMİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ AÇISINDAN KIŞ TURİZMİ

Yrd. Doç. Dr. Fatih ÇAKMAK

Kastamonu Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
fcakmak@kastamonu.edu.tr

Prof. Dr. Ömer YILMAZ

Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonometri Bölümü
omeryilmaz@atauni.edu.tr

Özet

Turizm yerel kalkınmaya olan katkısından dolayı önemli ekonomik bir faaliyettir. Bu sebeple turizmin sürdürülebilirliği, işsizlik ve bölgesel kalkınma açısından önem arz eden bir konudur. Yaz aylarında elde edilen turizm gelirinin kış aylarında azaldığı görülmektedir. Kış turizmi ile turizm geliri açısından mevsimsellik sorununun ortadan kaldırılması ve sezondan sezona atıl kalan işgücü ve kapasitenin ekonomiye kazandırılması sağlanabilecektir. Bu durum turizmde sürdürülebilirliğin sağlanmasının kış turizmine yapılacak yatırımlar ve uygulanacak turizm politikaları ile sağlanabileceğinin bir göstergesidir. Bu çalışmada yaz ve kış turizm gelirlerinin turist sayısına göre değişimi regresyon analizi ile incelenmiş ve bu turizm türleri arasında kıyaslamalar yapılmıştır. Yaz dönemine nazaran kış dönemi boyunca ağırlanan turist sayısının turizm gelirin oransal etkisinin yaklaşık iki kat olduğu tespit edilmiştir. Turizm geliri kapsamında yaz ve kış turizmi arasındaki istatistiksel farklılığın sebebi tartışılarak kış turizm gelirini artırmaya yönelik yapılabilecek faaliyetler önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Kış Turizmi, Turizm Geliri.

WINTER TOURISM IN TERMS OF SUSTAINABILITY OF TOURISM

Özet

Tourism is an important economic activity due to its contribution to local development. For this reason, sustainable tourism is an important issue in terms of unemployment and regional development. It is seen that the tourism income obtained in the summer months decreased in the winter months. Removing the problem of seasonality from winter tourism and the idle labor and capacity economy can be earned. This indicates that sustainability in tourism can be achieved through investment in winter tourism and tourism policies to be implemented. In this study, the change of summer and winter tourism incomes according to the number of tourists was examined by regression analysis. In addition, comparisons have been made between these types of tourism. It is determined that the number of tourists accommodated during the winter season is about twice that of tourism. Within the scope of tourism income, the reasons for the difference in statistics between summer and winter tourism are discussed and activities that can be done to increase winter tourism income have been proposed.

Key Words: Sustainable Tourism, Winter Tourism, Tourism Income.

1. GİRİŞ

Uluslararası ilişkiler açısından turizm kaynaklı sosyal, ekonomik, politik ve kültürel etkiler her geçen gün önemi artırmaktadır. Bu durum sadece uluslararası turizm pazarından fazlaca pay alan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizmin değerini artırmaktadır (Emekli, 2005). Bu sebeple turizmin en hızlı gelişme gösteren sektörlerden biri haline gelmiştir. Ulaştırma ve enformasyon teknolojilerinde meydana gelen olağanüstü hızlı değişim, sosyoekonomik boyutları olan turizmin gelişimini hızlandırmıştır. XX. yüzyılın son dönemlerinden itibaren ekonomik açıdan önem arz etmeye başlayan turizm, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri için potansiyel bir gelir kaynağı oluşturmaktadır (Opuş, 2001). Fakat bu gelişmiş ülkelerin turizmden elde ettikleri gelirin oldukça altında kalmaktadır.

Ülke ekonomilerinde önemli bir yer teşkil eden turizm, istihdama katkı açısından değerlendirildiğinde hizmet sektörü içerisinde stratejik bir konumdadır. Oxford Economics ile Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin ortak gerçekleştirdikleri yıllık ekonomik araştırma sonuçları turizmin sahip olduğu potansiyelin ortaya çıkması adına oldukça önemlidir. Bu sonuçlara göre dünya ekonomisi açısından

büyük öneme sahip olan turizm sektörü, 2014 yılında dünya ekonomisine doğrudan % 3.58 oranında katkı sağlarken, dünya gayrisafi hasılasına 2,2 trilyon ABD Doları ve 105 milyon istihdam sağlamıştır. Turizm endüstrisinin diğer endüstriler üzerinde oluşturduğu etkilerde göz önüne alındığında, küresel gayrisafi hasılaya ek % 3'lük katkı sağladığı, toplam olarak 7,0 trilyon ABD Doları (2013 fiyatlarıyla), 276 milyon istihdam, 754 milyar ABD Doları yatırım ve 1.3 trilyon ABD Doları ihracata yol açtığı tespit edilmiştir (Şit, 2016).

Dünya genelinde meydana gelen hızlı ekonomik, teknolojik, siyasal gelişim ve değişimler doğrultusunda, turizmin etkisi her geçen gün biraz daha artmakta ve devletlerin ekonomilerinde ki yerlerini daha önemli bir yere taşımıştır. Turizm sektöründe yapılan her türlü harcama, ekonomiyi hareketlendirmekte ve canlandırma etkisi yapmaktadır. Bu tür faaliyetler, artan dünya genelinde artan rekabet de dikkate alındığında, içsel ve dışsal düzenlemeler ile desteklenmektedir (Kaypak, 2010)

Turizm bir iktisadi faaliyet olarak düşünüldüğünde ülkelerin sahip oldukları doğal ve kültürel varlıklarını en iyi şekilde pazarlayarak gelir elde etmeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda Alkan (2015) ülkelerin sahip oldukları kültürel ve doğal varlıklarını bir çekim aracına dönüştürerek turizm pazarından pay elde etmesi ile gelişim süreçlerinde karşı karşıya kaldıkları darboğazları aşabilecekleri için turizmi bir iktisat politikası aracı olarak kabul ettiklerini ifade etmiştir.

Bütün iktisadi faaliyetlerin tek amacı olarak kabul edilen tüketim, iktisadi mal ve hizmetlerin faydalarının, özgür bireylerin ihtiyaçlarını direkt karşılaması olarak ifade edilmektedir. Tüketim harcamaları; gelir, geçmiş tüketim, servet, faiz oranları gibi iktisadi; meslek, yaş, eğitim durumu, hanehalkı büyüklüğü gibi demografik ve davranışsal faktörler tarafından etkilenmektedir. Bu faktörlerden en önemlisi iktisadi faktörler grubunda yer alan gelirdir (Özer, 1992). Turizmde sürdürülebilirlik kavramı ekonomik gelir elde edilmesi adına bir taraftan ürün ve hizmet sunumu gerçekleştirerek, diğer taraftan ürün ve hizmet sunumu gerçekleştirerek çevrenin ve kültürel bütünlüğün korunmasına azami derecede dikkat edilmesine vurgu yapmaktadır (Jayawardena vd., 2008). Nitekim Sezgin ve Karaman (2008), sürdürülebilir turizmin esasen bir yönetim süreci olduğunu ve bu yönetimin hem tatilcilerin hem de yerel halkın kültürel bütünlük, ekoloji, biyolojik çeşitlilik ve hayati işler için ihtiyaçlarını karşıladığını ifade etmektedir. Böylelikle, hem turist memnuniyetinin sağlanması hem de uzun vadede turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirin korunması amaçlanmaktadır (Sheldon & Abenoja, 2001:435). Bu nedenle sürdürülebilir turizm, destinasyonu ziyaret eden turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarını karşılanmasını, destinasyonda yaşayan yerel halkın yaşam kalitesinin artırılmasını ve turizm faaliyetlerinin ihtiyaç duyduğu kaynakların doğru bir şekilde yönetilmesini amaçlayan faaliyetler bütünü olarak da yorumlanabilmektedir (Wan & Li, 2013:53; Doğan ve Yağmur, 2017).

Ekonomik gücün öneminin her geçen gün arttığı günümüzde turizmin gelir sağlama fonksiyonu daha ön plana çıkmıştır. Bu açıdan düşünüldüğünde turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması, mevsimsellik etkisinden dolayı ayrıca ele alınması gereken bir konudur. Yaz sezonundaki turist potansiyelinin kış sezonuna göre daha fazla olması yatırımların yaz turizmine yönelik yapılmasının bir nedeni iken yaz turizmine yapılan yatırımlar ile yaz turizm imkânlarının iyileşmesi bu sezondaki turist sayısındaki artışın da bir sebebi olarak kabul edilebilir. Bu durum karşılıklı olarak var olan bir nedenselliğin göstergesi olarak düşünülebilir.

Bir turizm bölgesine yönelik turizm faaliyetlerinin ve buna bağlı olarak değişen ve gelişim gösteren turizm arz ve talebinin yapısal özelliklerinden biri olarak kabul edilen mevsimsellik; ülke ekonomisi, turizm sektörü, sektörde yer alan sektör çalışanları ve işletmeler açısından ortaya çıkardığı olumsuz sonuçlar sebebiyle çoğunlukla aşılması gereken bir engel olarak algılanmaktadır. Bu nedenle turizm sektörünün önemli bir gelir kaynağı olduğu birçok ülkede mevsimselliğin ortadan kaldırılması ya da mevsimsellik etkilerinin azaltılmasına yönelik çalışmalar yürütülmektedir. Çünkü mevsimsellik başta turizm işletmeleri olmak üzere sektör çalışanları, yönetimler, turistik tüketiciler ve yerel halk üzerinde bazı olumsuz sonuçlar yaratmaktadır (Günel, 2009).

Mevsimsellik turizm sektörü istihdamı açısından oldukça önemli bir konudur. Bu sektörde çalışanlar genellikle mevsimlik personel olarak çalışmakta ve sezon sonunda isteksiz olarak işten ayrılmak

zorunda kalmaktadırlar. Bu durum personelin iş tatminini ve motivasyonunu etkileyerek hizmet kalitesini düşürmektedir. Ayrıca yetişmiş personelin bu sektörde çalışma isteğini azalması ve başka sektörlere yönelmeleriyle (Kuşluvan ve Kuşluvan, 1998) kalifiye iş gücü kaybı yaşanmasına sebep olmaktadır.

Bu çalışmada mevsimsel turizm geliri ziyaretçi sayısı açısından değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda regresyon analizi yapılarak turizm geliri ve ziyaretçi sayısı arasındaki ilişki ortaya konulmuştur. Ayrıca yaz ve kış sezonları arasında kıyaslamalar yapılmıştır. Turizm geliri kapsamında yaz ve kış turizmi arasındaki istatistiki farklılığın sebebi tartışılarak kış turizm gelirini artırmaya yönelik yapılabilecek faaliyetler önerilmiştir.

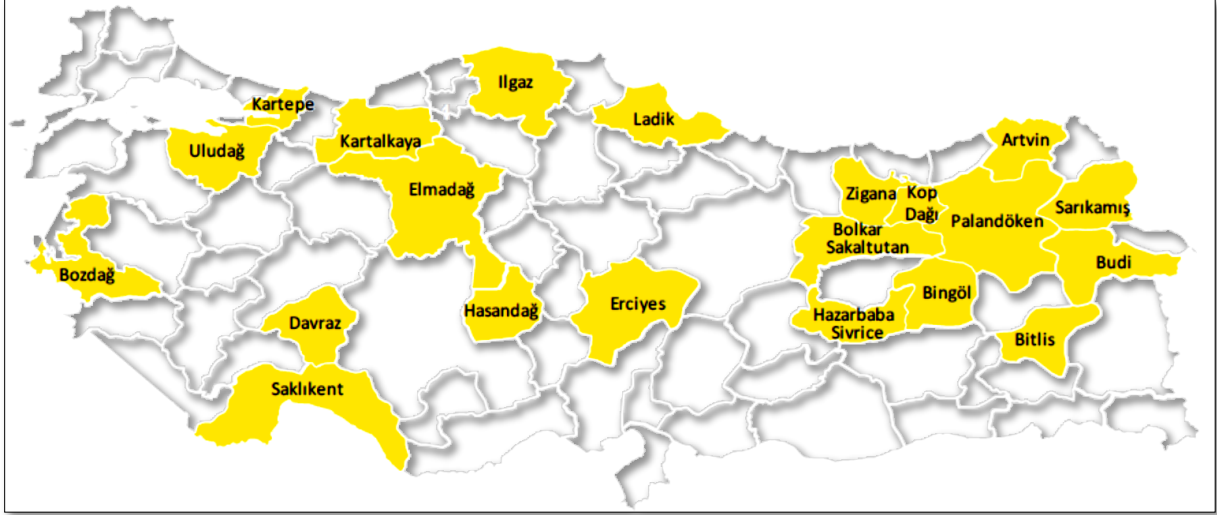
2. KIŞ TURİZMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN ÖNEMİ

Türkiye’de turizm sektörü turist sayısı ve turizm gelirlerinde gösterilen önemli gelişmelere karşın sahip olduğu potansiyelini etkin kullanamamaktadır. Yalnız güneş ve denizin var olması ile kendiliğinden bir turizm faaliyetinin gelişmeyeceği gerçeği Türkiye’de henüz anlaşılmaya başlanmıştır. Bu sebeple pazarlanacak olan kültür ve doğa malzemesi, olgunlaştırılmış hizmet kültürü ile birlikte bir anlam ifade edecektir (Tütüncü, 2000).

Kış turizmi genellikle yoğun kar alan ve dağlık bölgelerde, kış sporları uygulamalarının ağırlıklı olarak geliştirildiği alanlar üzerinde yoğunlaşmıştır (Ülker, 1999). Genel anlamda kar yağış miktarı ve karın yerde kalma müddetiyle birlikte bakı, eğim gibi coğrafi etmenlerin uygunluğunun da önemli olduğu bir turizm türüdür (Gönençgil ve Güngör, 2002). Kış turizmi denildiğinde akla ilk gelen faaliyet olan kayak, kış turizminin gelişmesindeki en önemli etkenlerden biridir. Bu nedenle belirli bir yüksekliği olan, kayak yapmaya müsait dağlar diğer faktörlerle birlikte kış turizminin gelişebildiği yerlerdendir (Altaş vd., 2015).

Kış turizmi, ülkelerin turizm faaliyetlerini on iki aya yayma çabalarına önemli katkılar sağlamaktadır. Klasik turizm işletmeciliği yapan işletmeler, son yıllarda sağlık turizmi, kış turizmi, yayla turizmi, vb. aktivitelerle, faaliyetlerini çeşitlendirmeye çalışmaktadırlar. Bu durum işletmelere ellerindeki mevcut imkânları zamansal açıdan etkin kullanma fırsatları sunmaktadır (Koşan, 1994).

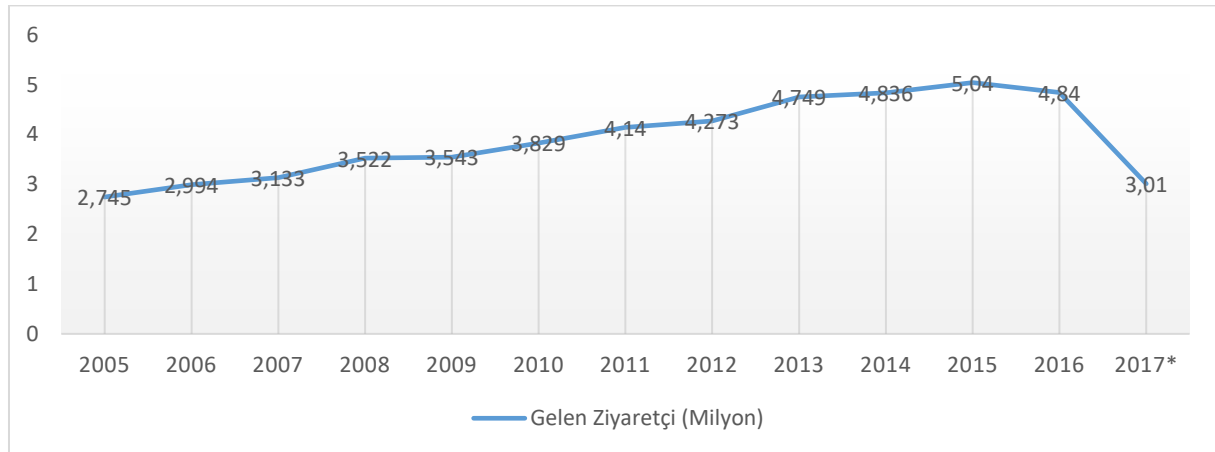
Türkiye’de ki kayak merkezleri Şekil 1’de görülmektedir. Bu merkezler içerisinde bazı bölgeler ön plana çıkmaktadır. Türkiye’de kış turizminin önemli noktaları Bursa Uludağ, Erzurum Palandöken, Bolu Kartalkaya, Kars Sarıkamış ve Kayseri Erciyes kayak merkezleridir. Türkiye’de 1933’te ilk olarak kayak merkezi ilan edilen Uludağ’ın ardından, Erciyes 1989’da, Sarıkamış 1991’de, Palandöken 1993’te ve Kartalkaya 1997’de kayak merkezi olarak ilan edilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından turizmi çeşitlendirme hedefi doğrultusunda gerçekleştirilen alt yapı, çevre, tanıtım ve yatırım faaliyetleri özellikle Orta ve Doğu Anadolu’da Palandöken (Erzurum), Erciyes (Kayseri), Sarıkamış (Kars) gibi kış ve dağ turizmi merkezlerinde yoğunluk kazanmaktadır. Bu merkezler kış sezonunda yerli ve yabancı turistleri ağırlamaktadır. Yabancı turistler, özellikle Rusya, Ukrayna, Azerbaycan, İran, Gürcistan ve Hollanda’dan gelmektedir (KUDAKA, 2014).



Kaynak: KUDAKA (Kuzey Doğu Kalkınma Ajansı) Erzurum İli Turizm Sektörü Raporu, 2014

Şekil 1: Türkiye’de Kayak Merkezleri

Ülke açısından turizmin sürdürülebilirliği ancak turizmin tüm yıla yayılabilmesi ile mümkün olabilir. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) “Kış Turizm Raporu” verilerine göre Türkiye kayak merkezi sayısında dünyada 18’inci sırada yer almaktadır. Türkiye turizm sektörünü 12 aya yaymak adına kış turizmine ağırlık vermeye başlamıştır. Şekil 2’den de görüldüğü gibi 2005 yılı aralık-ocak-şubat aylarında 2,7 milyon ziyaretçi ağırlanırken, bu sayı 2015 yılı itibarıyla yaklaşık 5 milyon kişiyi aşmıştır. Kış turizminde Avusturya, İsviçre ve Fransa gibi zorlu rakipleri olan Türkiye, kış sezonunun vazgeçilmezi olan kayak tesislerinde de ilerleme kaydetmektedir. Bugün itibarıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı’na kayıtlı kayak merkezlerinin sayısı 28’dir. Ayrıca Turizm Bakanlığı belgeli olmayan ancak farklı idareler tarafından kayak merkezi olarak belirlenen ya da hedef gösterilen alanlar da eklenince bu sayı 51’e yükselmektedir. Toplam yatak kapasitesi dikkate alındığında da, mevcut Turizm Bakanlığı belgeli 28 tesiste 9 bin 549 yatak kapasitesi varken, 78 bin 645 yatak kapasitesine ulaşmak hedeflenmektedir.



*: İlk 9 aylık veri dâhil edilmiştir.

Şekil 2: Kış Mevsimi Ziyaretçi Sayısı (Aralık, Ocak, Şubat)

Dünya çapında gelişen ve değişen turizm talep yapısı Türkiye'ye sağladığı avantajlar oldukça iyidir. Geleneksel güneş, kum ve denizi odak noktasında tutan bir talep yapısından geniş bir yelpazeye yayılan ve birçok değişik unsuru içinde barındıran talep yapısına geçişi, Anadolu'nun sektöre sağladığı ortak kültür mirası ve kış turizmi arzı ile örtüşmektedir. Bir başka ifadeyle, yaz aylarında turistik faaliyetlerde bulunduğu gibi kış aylarında da bulunmaktadır. Bu durumda kış turizmi ön plana

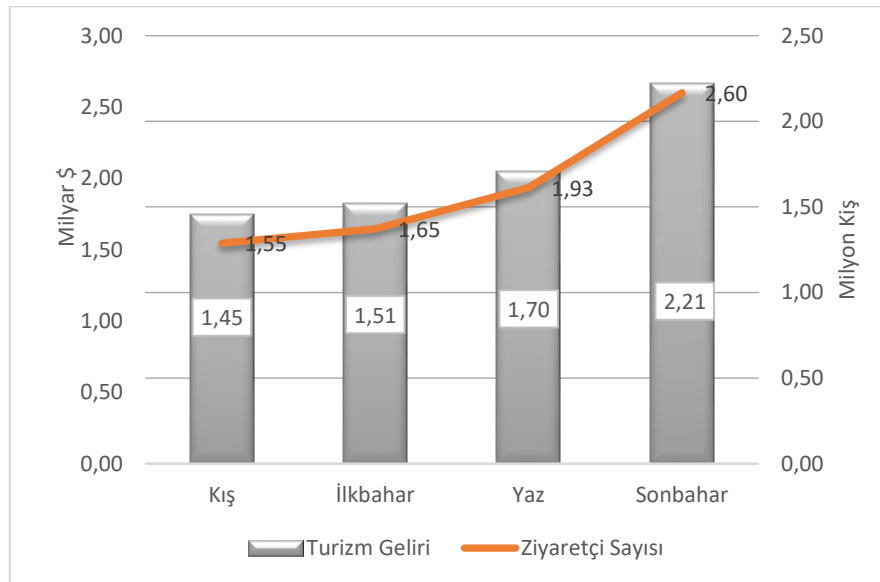
çıkılmaktadır. Doğal olarak insanlar İsviçre ve Fransa gibi kış turizm açısından yeterli arzı sahip olan ülkeleri veya Alpler gibi bölgeleri tercih etmektedirler. Türkiye kış turizm arzını yeterli seviyeye taşıdığı, tesis ve yatak kapasitelerini artırdığı durumda kış aylarında da turizm faaliyetlerinin artarak devam edeceği açıktır. Bu doğrultuda da ülkenin turizm geliri bu duruma paralel biçimde yükselecektir (Katkat ve Mızrak, 2006).

Kış mevsimi boyunca, kar yağışı alan Palandöken, Ilgaz, Sarıkamış gibi bölgeler, yılın yarısına yakın bir süreyi karlarla kaplı geçirmektedirler. Kış turizmi için sezon yaklaşık 4 ay sürmektedir. Bu süre temelde geleneksel yaz turizm türlerinin süresi ile aynıdır. Bütün bu hususlar dikkate alındığında, Türkiye’de yaz ve kış turizm sürelerinin aşağı yukarı aynı olduğu göz önünde bulundurularak kış turizm tesisleri ve yatak kapasitelerinin artırılması ülke ekonomisine fayda sağlayacağı açıktır (Katkat ve Mızrak, 2006).

Kayak merkezlerinin işletilebilmesi için önemli miktarda enerji harcandığı ve doğal çevrede değişiklikler yapıldığı yadsınamaz bir gerçektir. Bu açıdan durum irdelendiğinde kayak merkezlerinin ve tesislerinin ekonomik, sosyal ve doğal açıdan olumsuz etkilerini minimum seviyeye indirildiğinde de sürdürülebilir bir seviyede mevcut faaliyetlerine devam etmesi mümkün olmaktadır. Ziyaretçilerin, doğal çevrenin ve menfaat sahiplerinin ihtiyaçlarını dengelemek için benimsenebilecek birçok işletme stratejisi bulunmaktadır. (KUDAKA, 2014). Bu noktada ki ne önemli husus bu stratejilerin seçiminde ve uygulamasında gösterilecek özendir.

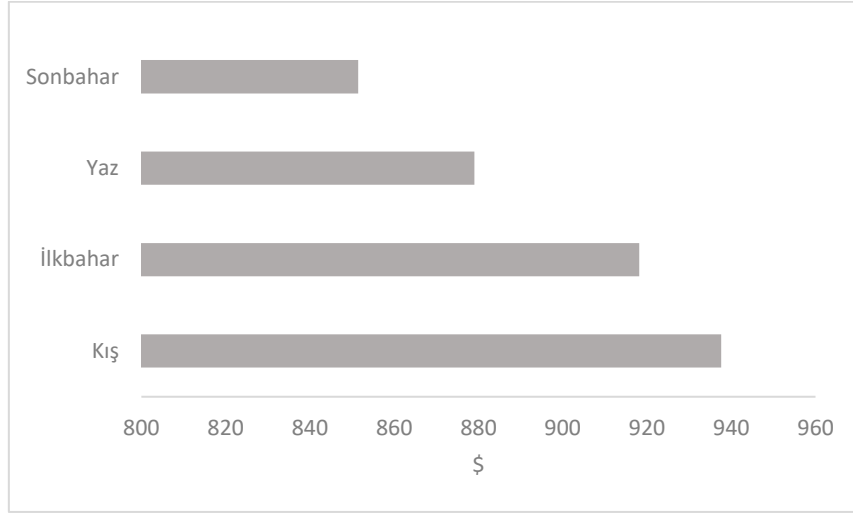
3. VERİ SETİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada, turizmin sürdürülebilirliği açısından kış turizminin etkisini incelemek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bu durumun belirlenmesinde, Türkiye için 2010– 2017/9 yılları dönemine ait 69 aylık zaman serisi kullanılmıştır. Mevsim bazlı bir inceleme yapabilmek amacıyla aylık veriler ile çalışılmıştır. Çalışmanın bağımlı değişkenini oluşturan Turizm geliri ve bağımsız değişken olan yerli ve yabancı turist sayısı Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)’in resmi sitesinden derlenmiştir.



Şekil 3: Mevsimlere Göre Turizm Geliri ve Ziyaretçi Sayısı (2010-2017)

Şekil 3’te 2012-2017 yılları arası mevsimlik olarak turizm geliri ve ziyaretçi sayısı verileri görülmektedir. Turizm geliri ve ziyaretçi sayısı bakımından en düşük seviyeler kış mevsiminde en yüksek seviyeler ise yaz ve sonbahar mevsiminde gerçekleşmektedir.



Şekil 4: Mevsimlere Göre Ziyaretçi Başına Turizm Geliri (2010-2017)

En düşük turizm gelirin ve ziyaretçi sayısına sahip olan kış mevsiminde ziyaretçi başına düşen turizm geliri en yüksek seviyededir. Bu durum kış turizminin gelir getirme açısından diğer mevsimlere göre daha avantajlı bir pozisyonda olduğunun bir göstergesidir.

Mevsimselliğin oldukça yoğun yaşandığı turizm sektöründe yaşanan bu mevsimsel farklılığın tespiti için üç ayrı regresyon modeli tahmin edilmiştir. Çalışmada diğer tüm durumların kapsam dışında tutarak ziyaretçi sayısı ile doğrudan turizm gelirin mevsimsel anlamda ilişkisi irdelenmiştir. Bu kapsamda ilk model mevsim ayrımı gözetmeksizin turizm geliri ile ziyaretçi sayısı arasındaki doğrusal ilişkiyi tespit etmeye yöneliktir. II. Model yaz mevsiminde elde edilen turizm geliri ile bu mevsimde gelen ziyaretçi sayısı arasındaki ilişkinin tespitine III. Model ise kış mevsiminde elde edilen turizm geliri ile bu mevsimde gelen ziyaretçi sayısı arasındaki ilişkinin tespitine yöneliktir.

I. Model

$$\ln(TG) = \beta_0 + \beta_1 \ln(TS) + \varepsilon \quad (1)$$

II. Model

$$\ln(TG_{yaz}) = \theta_0 + \theta_1 \ln(TS_{yaz}) + \varepsilon \quad (2)$$

III. Model

$$\ln(TG_{kış}) = \lambda_0 + \lambda_1 \ln(TS_{kış}) + \varepsilon \quad (3)$$

Söz konusu modeller En küçük kareler yöntemi (EKK) ile tahmin edilmiştir. Modelde TG; turizm gelirin, TS; ziyaretçi sayısını ve “ε” hata terimini, göstermektedir. Analizler için Eviews 8 paket programı kullanılmıştır.

4. BULGULAR

Çalışma kapsamında ilk olarak, incelenen verilerin temel istatistiksel değerleri hesaplanmış ve Tablo 1’de sunulmuştur. Değişkenlerin ortalama değerleri, verilerin normal dağılıma sahip olup olmadıkları açısından incelendiğinde, değişkenlerin medyan değerlerinin ortalama değerlerine yakın olmaları sebebiyle normal dağılıma çok yakın bir dağılım gösterdikleri söylenebilir.

Tablo 1: Temel İstatistiksel Değer Sonuçları

	LnTG	LnTS	LnTG _{yaz}	LnTS _{yaz}	LnTG _{kış}	LnTS _{kış}
Ortalama	21.22916	14.76824	16.85648	15.33910	15.84958	14.19619

Medyan	21.19367	14.89829	15.25173	15.38237	14.26335	14.21682
Maks.	21.88587	15.45361	21.88587	15.72486	20.77943	14.38196
Min.	20.39665	13.91603	14.57434	14.80733	13.80775	13.91603
Std. Sapma	0.503468	0.534588	2.955948	0.216037	2.892370	0.129303
Çarpıklık	-0.147334	-0.212876	1.073457	-0.394092	1.082150	-0.610273
Basıklık	1.647725	1.585146	2.188416	3.151146	2.189427	2.677184
Jarque-Bera	1.835665	2.092116	5.048413	0.617242	5.118673	1.527527
	(0.39)	(0.35)	(0.08)	(0.73)	(0.07)	(0.46)
Gözlem	93	93	24	24	23	23

Değişkenlerin normal dağılıma uyup uymadığı; çarpıklık, basıklık ve Jarque-Bera değerlerine göre incelenmiştir. Normal dağılıma uyan veri setlerinde basıklık 3 değerini alır. Basıklık değerinin 3'ten büyük olması serinin normalden daha dik olduğunu, 3'ten küçük olması ise serinin normalden daha basık olduğunu göstermektedir. Çarpıklık değerlerinin incelenmesinde ise, bu değerinin sıfıra eşit olması serinin normal dağılıma sahip olduğunu, sıfırdan büyük olması serinin pozitif yönde çarpık olduğunu ve sıfırdan küçük olması ise serinin negatif yönde çarpık olduğunu göstermektedir. Bu ölçülerin yanı sıra Jarque-Bera değeri normal dağılımlar için sıfır çıkacaktır. Normal dağılıma benzeme azaldıkça Jarque-Bera değeri de büyür (Şenesen, 2007: 245). Jarque-Bera değeri dikkate alındığında her bir değişken için anlamlılık değerleri 0,05'ten küçük olduğu için Tablo 3 incelendiğinde tüm değişkenlerin normal dağılıma uyduğu görülmektedir.

Serilerin durağanlığı sağlayıp sağlamadığı zaman serileri için önemli bir varsayımdır. Bu sebeple serilerin durağanlığı test edilmeli ve bu testlerin sonuçlarına bağlı olarak eğer seriler durağan değilse gerekli durağanlaştırma işlemlerinin yapılması gerekmektedir. Aksi durumda "sahte regresyon" problemiyle karşılaşılabilir. Bunun da sonucu olarak, tahmin sonuçlarının da sahte bir ilişkiyi yansıtması söz konusu olabilmektedir (McKinnon, 1991: 266-276).

Çalışmada serilerin durağan olup olmadıkları genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) birim kök testi ile incelenmiştir. ADF testinde kullanılan gecikme sayısı, Hannan-Quin kriteri ile elde edilmiştir. Tablo 2'de serilerin durağanlık test sonuçları gösterilmektedir. Sonuçlara göre; LnTS, LnTG_{kış}, LnTS_{kış}, LnTG_{ysx} değişkenlerinin düzey seviyede durağan oldukları, 'LnTG, LnTG_{yaz} değişkenlerinin ise düzey seviyede birim köke sahip olduğu ve birincil farkında durağan oldukları görülmektedir.

Tablo 2: Durağanlık Test Sonuçları

	<u>ADF</u>			<u>ADF</u>		
	<u>(düzey)</u>			<u>(I. Fark)</u>		
	I ve T	I	N	I ve T	I	N
LnTG	-1,66 (0,76)	-1,609 (0,473)	-0,99 (0,28)	-8,41 (0,000)	-8,42 (0,000)	-8,42 (0,000)
LnTS	-0,85 (0,72)	-1,58 (0,79)	-3,46 (0,013)	-	-	-
LnTG _{kış}	-7,25	-3,06	-8,89	-	-	-

	(0,000)	(0,008)	(0,000)			
LnTS _{kış}	-1,84	-2,37	-2,12	-	-	-
	(0,35)	(0,37)	(0,03)			
LnTG _{yaz}	-1,73	-1,70	-1,12	-3,54	-3,64	-3,53
	(0,40)	(0,71)	(0,22)	(0,060)	(0,013)	(0,001)
LnTS _{yaz}	-3,05	-3,19	-0,16			
	(0,14)	(0,03)	(0,61)			

Açıklamalar: I ve T trend ve sabiti içeren modeli, I; sadece sabiti içeren modeli ve N ise trend ve sabiti içermeyen modeli ifade etmektedir. Tabloda yer alan test değerleri, ADF test değerleridir ve parantez içinde, her bir teste ait olasılık değerleri verilmiştir

Bağımsız değişkenlerde meydana gelen nisbi bir değişimin, bağımlı değişkende meydana getirdiği nisbi değişmeyi bulmak için tam logaritmik regresyon modeli kullanılır(Tarı, 2010). Bu sebeple çalışmada turizm gelirindeki nisbi değişmeye karşılık, ziyaretçi sayısında meydana gelen nisbi değişim tespit edilmeye çalışılmıştır. Regresyon analizi yapılırken LnTG değişkeni ve LnTG_{yaz} değişkeni I. farkta durağan olduğundan bu değişkenlerin birinci farkının alınmış hali olan FarkLnTG ve FarkLnTG_{yaz} değişkeni kullanılmıştır.

Tablo 3: Tahmin Sonuçları

	β_0	β_1	R^2	F	Durbin-Watson
1. Model (Tüm)	1,41 (0,00)	0,89 (0,00)	0,89	600,89	1,88
	θ_0	θ_1	R^2	F	Durbin-Watson
2. Model (Yaz)	2,36 (0,38)	0,83 (0,00)	0,59	23,74 (0,0001)	2,06
	λ_0	λ_1	R^2	F	Durbin-Watson
3. Model (Kış)	8,11 (0,00)	0,43 (0,00)	0,64	26,72 (0,001)	1,79

Her bir model için elde edilen tahmin sonuçları Tablo 3'te görülmektedir. Buna göre, %1 önem düzeyinde katsayılar anlamlıdır. Öte yandan, bağımlı değişkenin bağımsız değişken tarafından açıklama oranı olan R^2 değerleri modellerin açıklama gücünün de yeterli olduğu anlamına gelmektedir. F-istatistik değerlerinden anlaşılacağı üzere her üç modelde bütün olarak anlamlıdır.

Tahmin edilen katsayılar incelendiğinde;

- ✓ Model 1'den Yıl boyunca "Turizm gelirini %100 artırmak için Turist sayısının β_1 (0,89) %89 oranında artırmak gerektiği
- ✓ Model 2'de yaz ayları boyunca "Turizm gelirini %100 artırmak için Turist sayısının θ_1 (0,83) %83 oranında artırmak gerektiği

- ✓ Model 3’de kış ayları boyunca “Turizm gelirini %100 artırmak için Turist sayısının λ_1 (0,43) %43 oranında artırmak gerektiği

anlaşılmaktadır.

Bu çalışmada kullanılan ekonometrik modellerde tek bağımsız değişken kullanıldığından dışlanan değişkenlerin etkileri hata terimi üzerinde toplanmıştır. Bu nedenle, parametrelerin anlamlılıkları ve testin bütün olarak anlamlılığı açısından hata terimiyle ilgili varsayımların gerçekleşmiş olması çok daha fazla önem taşımaktadır. Bu nedenle, hata teriminin otokorelasyondan arındırılmış olması ve homoskedastik olması gerekmektedir (Yalçın ve Çakmak, 2016). Tablo 5’te görüldüğü gibi bu çalışmada otokorelasyon olup olmadığı Durbin-Watson testi ile araştırılmış ve kullanılan modellerde otokorelasyon olmadığı çıkarılması yapılmıştır.

5. SONUÇ

Turizm faaliyetlerinin nihai amaçlarından birisi kazanç elde etmektir. Kazanç elde ederken de en az maliyetle en fazla kar etmek amaçlanır. Bu doğrultuda elde edilen analiz bulguları incelendiğinde turizm gelirinin aynı oranda artırılması için kış sezonu turist sayısının iki katı kadar yaz sezonu turistinin ağırlanması gerektiği tespit edilmiştir. Bu durum kış turizminin yaz turizmüne göre gelir açısından daha avantajlı olduğunun bir göstergesidir.

Palandöken, Ilgaz, Sarıkamış gibi yoğun kar yağışı alan ve kış turizmüne uygun olan bölgeler yaklaşık yılın yarısını karla kaplı geçirmektedirler. Kış sezonu normal şartlar altında üç aylık bir süre iken bu alanlarda beş ayı aşkın bir süre devam etmektedir. Bu durum Türkiye’de ki yaz turizmüne elverişli bölgeler için yaz sezonuna denk sürelerdir. Bu açıdan bakıldığında benzer sürelerle sahip olan kış ve yaz turizmüne yönelik yatırımların farklılaştığı ve kış turizmüne yönelik yatırımların yaz turizmüne göre geri kalmış olduğu görülmektedir. Kişi başına elde edilen gelirin yüksek olmasının yanı sıra ülke genelinde turizmin sürdürülebilirliğin sağlanması ve bu sektördeki hizmet kalitesinin artırılması gibi sebeplerden dolayı kış turizmi ayrıcalıklı bir konuma sahip olmalıdır. Bu sebeple yaz turizmüne göre yatırım açısından benzer olanaklar sağlanmasının ötesinde pozitif ayrıcalıklar uygulanmalıdır. Bu bağlamda kış turizmüne yönelik yatak kapasiteleri artırıldığında turizm gelirleri doğru orantılı artacak, dolayısıyla mevsimler arasında mevcut durumda olduğu gibi belirgin bir fark olmayacaktır.

Turizm sektöründe mevsimselliğin çok önemli bir etken olduğu bilinen bir gerçektir. Mevsimsellik yalnızca ziyaretçi sayısı ve turizm geliri açısından değil aynı zamanda istihdam açısından da değerlendirilmesi gereken bir husustur. Yaz sezonunda istihdam olanağı sağlanan personelin kış sezonunda istihdam olanağı bulamaması, bu alandaki yatırımların yetersiz olduğunun bir göstergesidir. Bu amaçla kış turizmüne yapılacak yatırımlar ile istihdam sorunu da kısmen aşılabacaktır. Bu nedenlerle kış sporlarına yönelik çalışmaların hız kazanması mevcut çalışmaların iyileştirilmesi, dış pazara yönelik yatırımların tasarlanması hedeflenmelidir. Ayrıca kış turizmüne yönelik yapılacak yatırımların devlet tarafından verilecek destek miktarlarında artış sağlanmalı ve bir takım kolaylıklar sağlanarak yatırımcılar teşvik edilmelidir.

KAYNAKÇA

- Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama. *Journal of Yaşar University*, 10(40), 6692-6710.
- Altaş, N. T., Çavuş, A., & Zaman, N. (2015). Türkiye’nin kış turizmi koridorunda yeni bir kış turizm merkezi: Konaklı, *Marmara Coğrafya Dergisi*, Ocak(31), 345-365
- Doğan, O., & Yağmur, Y. (2017). Yabancı Turistlerin Sürdürülebilir Destinasyon Algıları: Kemer Destinasyonuna Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(2), 487-506.
- Emekli, G. (2005), Avrupa Birliği’nde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, Sayı:14, İzmir.
- Gönençgil, B. ve Güngör, Y. (2002), “Türkiye’de Dağ Turizmi, Potansiyeller, Sorunlar”, Türkiye Dağları I. Ulusal Sempozyumu, 25-27 Haziran 2002, Ilgaz, Kastamonu.

- Günel, Ö. D. (2009). Mevsimsellik, mevsimlik istihdam ve örgütsel bağlılık: Konaklama işletmelerinde bir araştırma, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(2), 199-219
- Jayawardena, C., Patterson, D. J., Choi, C., & Brain, R. (2008). Sustainable tourism development in Niagara: Discussions, theories, projects and insights. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 20(3), 258-277.
- Kuşlivan, S., Kuşlivan, Z. (1998), Turizmde Mevsimsellik: Nedenleri, Sonuçları ve Yönetimi, *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Mayıs – Haziran, 1998.
- Koşan, A. (1994). Turizm Faktörünün Bölgeler arası Dengesizliği Gidermede Etkisi ve Erzurum Palandöken-Kış Sporları Turizm Merkezi Projesi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, İstanbul.
- Katkat, D., Mızrak, O. (2006), Yaz ve Kış Turizmlerinin Türkiye Ekonomisine Katkılarının Karşılaştırılması, *Atatürk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 8(4): 32-39
- Kudaka, (2014), Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı Erzurum İli Turizm Sektörü Raporu
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik Turizmin Sürdürülebilirliği, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2).
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007), Türkiye’de Turizm Ekonomisi, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.
- Opuş, S. (2001). Turizmin Ekonomik Etkileri: Erzurum’daki Turistik İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinde Bir Araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15, 3-4, 37-58.
- Özer, H. (1992). Erzurum'da tüketim harcamalarının ekonometrik analizi, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi*, Erzurum.
- Sheldon, P. J., & Abenoja, T. (2001). Resident attitudes in a mature destination: The case of Waikiki. *Tourism Management*, 22(5), 435-443.
- Sezgin, M., & Karaman, A. (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması. *Selçuk University Social Sciences Institute Journal*, 19, 431- 440.
- Şit, M. (2016), Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Journal Of Academic Approaches*, 7(1), 101.
- TÜRSAB (2015), Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) “Kış Turizm Raporu
- Tütüncü, Ö. ve Çalışkan, U. (2000), Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri Ve Kuşadası İlçesi Uygulaması, *Serbest Bildiriler*, 130.
- Ülker, İ. (1999), Dağ Turizmi Planlama Yöntemleri: Yüksek Dağlarımız, Kayak Merkezlerimiz, T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Wan, Y. K. P., & Li, X. (2013). Sustainability of Tourism Development in Macao, China. *International Journal of Tourism Research*, 15(1), 52-65.
- Yalçın, A. Z., & Çakmak, F. (2016). Türkiye’de Kamu Sağlık Harcamalarının İnsani Gelişim Üzerindeki Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 30(4).

FESTİVALLERİN BÖLGE TURİZMİNE KATKILARI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: ULUSLARARASI MENGEN AŞÇILIK VE TURİZM FESTİVALİ ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Özkan ERDEM

Akdeniz Üniversitesi Göynük Mutfak Sanatları MYO Aşçılık Programı

zkanerdem@gmail.com

Metin MIZRAK

Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD

metinmizrak@gmail.com

Özet

Bölgelerin tanıtılmasında yüksek bir etkiye sahip, bölgenin veya ülkenin ulusal ya da uluslararası çapta bilinirliğine katkı sağlayan festivaller, turizm faaliyetlerini de destekleyen en önemli etkinlikler arasındadır. Festivaller; yerel idare ya da yerel halk tarafından tarihi önceden belirlenerek yapılan, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselleşmiş, sürekliliği sağlanarak yeni nesillere aktarılması ve yaşatılması amaçlanan bilim, sanat, oyun ve diğer sosyal alanlarda düzenlenen ulusal veya uluslararası gösteri ya da şenliklerdir. Bazen festivaller, turizm bakımından başlıca güdeleyici olmakta, destinasyonun kültür vadinin bir parçası olmakta ve destinasyonun tanınması ve markalaşması bakımından önemli rol oynamaktadır. Özellikle kırsal alanlardaki turizmi canlandırmak ve bölgenin çekiciliklerini ön plana çıkarmayı sağlayacak, içerisinde çeşitli yöresel etkinliklerin yer aldığı (yöresel oyunlar, gösteriler, konserler), yöresel el sanatlarının sergilendiği, yöresel yemeklerin sunulduğu festivaller kırsal bölgelerin tanıtımı için önem arz etmektedir. Bu çalışmada hem kırsal turizm çekiciliği hem de bölgesel tanıtım aracı olarak görülen etkinliklerden olan festivaller kapsamında Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali ele alınarak bölgesel tanıtımın yanı sıra yöreye sağladığı sosyal, ekonomik ve kültürel katkıları araştırılmıştır. Araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden yüz yüze görüşme tekniği ile 26 kişi (yerel yönetim, esnaf, yerel halk, katılımcılar) ile görüşülmüş olup elde edilen veriler betimsel analize tabi tutulmuş olup katılımcıların festival tanımlarında özellikle tanıtım, kültür, eğlence, sanat ve sosyal paylaşım gibi temaların öne çıktığı görülmektedir. Aynı zamanda katılımcılar festivallerin düzenlendiği bölgeye sosyo ekonomik, sosyo kültürel katkıların yanı sıra bölgesel reklam ve tanıtımın bir parçası olarak görmektedirler.

Anahtar kelimeler: Festival, Turizm, Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali.

THE CONTRIBUTION OF THE FESTIVALS ON THE REGION'S TOURISM AND SUSTAINABILITY: AN EXAMPLE OF INTERNATIONAL MENGEN COOKERY AND TOURISM FESTIVAL

Abstract

Festivals are among the most important activities which support tourism activities and have a high impact in the promotion of the region and contributing to the visibility region of a country or national or international. Festivals which are made by the Local government or local people in advance by determining date and by becoming the symbol of tradition in the region, continuity and that is intended to be kept alive by providing new generations to be transferred to science, art, games, and other social fields are in a national or international show or festival. Sometimes, festivals in terms of tourism being the main motivator, with the promise of become a part of the culture of destination and branding plays an important role in terms of identification of destinations. To emphasize the attractiveness of the area and boost tourism especially in rural areas that will allow various local activities take place (regional games, shows, concerts) and festivals where local handicrafts are exhibited and local dishes are presented are important for the promotion of rural areas. In this study, the International Mengen Culinary and Tourism Festival will be discussed in the context of the festivals which are both attracted to rural tourism and seen as a means of regional promotion, and social, economic and cultural contributions contributed to the region as well as regional promotion will be investigated. Within the scope of the research, 26 persons (local government, tradesmen, local people, participants) were interviewed through face-to-face interview technique from qualitative research methods and the obtained data were interpreted with descriptive analysis. It is seen that the themes such as promotion, culture, entertainment, art and social sharing have come to the forefront in the festival definitions of the participants. At the same time, participants view the region where

festivals are held as part of socio-economic, socio-cultural contributions as well as regional advertising and promotion.

Key words: Festival, Tourism, Mengen Cookery and Tourism Festival.

1. GİRİŞ

Etkinlik turizmi; yapıldığı bölgeye sağladığı faydalardan dolayı önemi giderek artan bir kültür turizmi çeşididir. Turistik destinasyonlar, bölgeler ya da şehirler alternatif turizm ürünü oluşturmak, özellikle sezonun kötü olduğu dönemlerde turist sayısını arttırmak, bölgenin turizmin sağladığı ekonomik faydalardan azami derecede yararlanmasını sağlamak, diğer destinasyonlar karşısında rekabet avantajı elde etmek gibi turizm amaçlarının dışında bölgeye istihdam yaratmak, şehrin altyapı iyileştirmelerinin gerçekleştirilmesi, yerel halkın refah seviyesinin artırılması, sosyal kaynaşmanın sağlanması, bölgenin tanıtımını yaparak dikkat çekilmesi, kültür-sanat izleyici kitlesini genişletmek gibi çok çeşitli nedenlerle yerel, ulusal ya da uluslararası bazda düzenlenen etkinliklere yönelmektedir. Bu etkinlikler sportif ya da kültürel etkinlikler şeklinde olabileceği gibi fuarlar, festivaller, sergiler şeklinde de gerçekleşebilmektedir (Çulha, 2008; Timur, Çevik ve Kıcı, 2014; Giritlioğlu, Olcay ve Özekici, 2015; Şengül ve Genç, 2016).

Çalışma kapsamında genel olarak festival ve festival turizmi kavramları, festivallerin yapıldığı bölgeye sağladığı katkılar hakkında bilgiler verilmiş olup bölgenin tanıtılması, turizm potansiyelinin artırılması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması kapsamında Uluslararası Mengen Aşçılık ve Turizm Festivali hakkında bilgiler sunulmuştur. Ayrıca turizm ve festival paydaşları (yerel halk, akademisyen, esnaf, aşçılar ve katılımcılar) ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler ile çalışma kapsamında incelenen literatür ile çalışmayı destekleyici nitelikteki bilgilere yer verilmiş olup bu bulgular doğrultusunda özellikle bölge turizmine katkı sağlaması düşünülen önerilerde bulunulmuştur.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Festival kavramı; yerel bir topluluk tarafından tarihi önceden belirlenmiş, yörenin simgesi haline gelerek gelenekselleşmiş ve sürekliliği sağlanarak toplumun ortak belleğinde yer almış etkinlikler olarak tanımlanmaktadır (Küçük, 2013: 347). Festivallerde bir yere özgü bilgi birikimi yine ve yeniden üretilmekte ve bir yeri diğerinden farklı kılan tarih, kültürel miras ve sosyal yapılar devam ettirilmektedir (Kömürcü, 2013: 28). Goldblatt (1997) festivalleri; “bireysel veya toplumsal bir kimliğin parçası olmakla beraber toplum, kültürel çevre ve bireyler arasında bağları güçlendirme süreci” olarak tanımlarken, Chacko ve Schaffer, (1993) ise festivalleri; “toplumun sosyal normlarının ve değerlerinin bir ifadesi olarak etkinliklerdir” şeklinde ifade etmiş olup, Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, (2012) ise festivalleri; “insanlar ve toplumlar arasında ekonomik, sanatsal, kültürel ve sosyal açıdan bir yakınlaşma ve tanıtım sağlamak amacıyla düzenlenen etkinlikler” olarak tanımlamaktadır.

Houghton, (2001) Festivallerin; turizm, eğlence, eğitim, sosyal etkileşim, iş, ticaret ve ilham kaynağı olmak üzere yedi işlevi bulunduğunu ifade etmektedir. Bunun yanı sıra yapılan çalışmalarda (Çela, Knowles-Lankford, ve Lankford, 2007; Kim, Kim, Goh, ve Antun, 2011; Lee ve Arcodia, 2011; Tayfun ve Arslan, 2013; Viktória, 2013; Kim, Duncan ve Jai, 2014; Kömürcü, Boz ve Tükeltürk, 2014; Doğrul, Atçeken ve Şahin, 2015; Organ, Lewis, Palmer, ve Probert, 2015 Ayazlar ve Ayazlar, 2015; Özkan, Curkan ve Sarak, 2015; Demirbulat ve Saatçi, 2015; Çulha ve Kalkan, 2016; Dalgın, Atak ve Çeken, 2016 festivallerin; bölge halkının, bölge esnafının ve bölge turizminin ekonomik, sosyal ve kültürel ve/veya çevresel açılardan somut ve soyut faydalar elde etmelerine olanak sağladığı ifade edilmektedir. Ayrıca Kızıllırmak, (2006) ise yerel etkinliklerin bölgeye sağladığı olumlu özellikleri sosyo – kültürel, fiziksel ve çevresel, politik, turizm ve ekonomik olmak üzere dört kategoride ele almıştır. Bu işlevleri ile festivaller; yöreye ziyaretçi sayısını çoğaltmakta, ekonomik getiri sağlamakta, yöre imajını geliştirmekte ve yerel halkın gururunu artırmaktadır (Litvin ve Fetter, 2006: 44). Diğer taraftan festivaller; toplumdaki kültürel farklılıkların, kimliklerin, sosyal bağların ve aidiyetlerin gelişmesini teşvik ederek toplumun yeniden biçimlenmesine de katkı sağlamaktadır (Duffy, 2005: 680).

Literatürde festival ve turizm ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde bazı çalışmaların festivallerin bölge turizmine sağladığı katkılar üzerinde durulmaktadır (Houghton, 2001; Gürsoy, Kim ve Uysal, 2004; Özdemir, 2008; Bayrak, 2011; Seçilmiş, 2011; Gül, Erdem ve Gül, 2013; Lee, Lee, Lee ve Babin, 2004; Kim, Cheng ve O'leary, 2007; Rivera, Hara ve Kock, 2008; Kim, Prideaux ve Chon, 2010; Boyle, Joham ve Abdullah, 2012; Bilgili, Yağmur ve Yazarkan, 2012; Tayfun ve Arslan, 2013; Arcodia ve Dickson, 2013; Giritlioğlu vd., 2015). Bunun yanı sıra (Litvin ve Fetter, 2006; Ekin, 2011; Giritlioğlu vd., 2015; Arcodia ve Dickson, 2013: 148; Tayfun ve Arslan, 2013: 194; Yıldırım, Karaca ve Çakıcı, 2016 festivallerin, dünyanın pek çok yerinde gerçekleştirilmekte ve yapıldığı bölgenin imajını güçlendirmek, bölgenin turistik çekiciliğini artırarak bölge turizmini canlandırmak ve geliştirmek, turizm sezonu dışında kalan aylarda bölgeye turist çekme, gibi önemli görevleri yerine getirdiğini ifade etmektedirler. Ayrıca Festivallerin destinasyon için önemi, tanıtım aracı olarak kullanılması, turist sayısı ve turizm gelirleri üzerine etkisiyle ilgili yapılan çalışmalarda Lee vd, 2004; Kim vd., 2007, Rivera vd, 2008; Kim vd, 2010, Boyle vd. 2012, Bilgili vd., 2012, Tayfun ve Arslan, 2013, Giritlioğlu vd., 2015 festivallerin düzenlendiği bölgelerin festivallerin faaliyet süresince yoğun bir turist akımına neden olarak turizm gelirlerinin artmasına ve turist hareketliliğinde olumlu etkileri olduğu ifade edilmiştir. Festivallerin düzenlendiği bölge turizmine sağladığı katkılardan bir diğeri ise düzenlendiği bölgenin tanıtımını yaparak destinasyon imajını ve bilinirliğinin artmasını sağlamaktır (Lee vd., 2004; Rivera vd., 2008; Özdemir, 2008; Kim vd., 2010; Küçük, 2012; Tayfun ve Arslan, 2013; Timur vd., 2014; Özkan vd., 2015; Şengül ve Genç, 2016). Festivallerin destinasyonların tanıtımı, olumlu imaj inşa etme, destinasyon imajını ve bilinirliğini artırma ve destinasyonların pazarlanmasında olumlu katkılar sağlarken destinasyonların markalaşmasında festivallerin yoğun ilgisi olduğu ifade edilmektedir. (Chalip ve Costa, 2005; Lee ve Arcodia, 2011; Şengül ve Genç, 2016).

Literatürde festival ve turizm ile ilgili çalışmalar incelendiğinde bazı çalışmaların festivallerin bölgeye sağladığı sosyo-ekonomik katkılar üzerinde durulmaktadır. (Kızılırmak, 2006; Chang, 2006; Carlsen, Ali Knight ve Robertson, 2007; Çulha, 2008; Özdemir, 2008; Dredge ve Whitford, 2011; Bilgili vd., 2012; Tayfun ve Arslan, 2013; Özer ve Çavuşoğlu, 2014; Giritlioğlu vd., 2015; Özkan vd., 2015; Yıldırım vd., 2016). Bu çalışmalarda festivallerin özellikle düzenledikleri bölgelerde sosyo-ekonomik açıdan olumlu anlamda bir canlılık ve hareketlilik sağladığı vurgulanmıştır. Kızılırmak, (2006) festivallerin düzenlendiği bölgeleri ziyaret edenlerin yüksek harcama eğilimlerinde olduklarını bu sayede bölgeye ekonomik katkı sağladıklarını ifade ederken, Giritlioğlu vd., (2015) festivallerin düzenlendiği bölgeye sağladığı ekonomik katkılara dikkat çekmektedir. Özkan vd.,(2015) ise festivalin yerel halkın dışı açılması, becerilerini ve yeteneklerini sergilemesi ve kazanç sağlaması açısından önemli bir unsur olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca Özer ve Çavuşoğlu, (2014) yapmış oldukları çalışmada yerel etkinliklerin kırsal turizmi hareketlendirerek yerel ekonomiyi canlandırdığını ifade etmiştir. Chang (2006) ise destinasyon pazarlamasında ve yerel ekonominin güçlenmesinde yerel festivallerin önemli bir rol oynadığını ifade etmektedir. Dredge ve Whitford, (2011) festivallerin gelişmemiş kırsal bölgelerde kalkınmanın ve ekonomik büyümenin sağlanması için temel bir araç olarak kullanılabilir olduğunu belirtmektedir. Aynı zamanda Litvin ve Fetter, (2006) festivallerin turist çeken ve bu yolla yerel konaklama işletmeleri için de talep yaratan etkinlikler olduğunu ifade etmektedir. Şengül ve Genç (2016) medyanın etkinliklere olan ilgisinin destinasyonların tanıtım ve tutundurma stratejilerine katkıda bulunarak destinasyona yapılması muhtemel ziyaretler için destekleyici bir unsur olduğunu ifade etmiştir. Diane ve Jackson (2002) festivallerin genellikle yereli destekleyerek, bölgede bulunan otellere, restoranlara, el sanatları üreticilerine, eğlence hizmeti sunanlara ve diğer yerel hizmet sektörüne katkı sağladığını ifade etmiştir.

Festival ve turizm ile ilgili çalışmalar incelendiğinde bir başka boyut olarak da bazı çalışmaların festivallerin bölgeye sağladığı sosyo- kültürel katkılar üzerinde durduğu görülmektedir (Derrett, 2000; Small vd., 2005; Gürsoy vd., 2004; Shyllon, 2007; Huang vd., 2010; Bilgili vd., 2012; Kömürçü, 2013; Küçük, 2013; Gül vd., 2013; Giritlioğlu vd., 2015; Özkan vd., 2015). Bu çalışmalarda özellikle festivallerin düzenledikleri bölgelere sosyo- kültürel açıdan önemli katkılar sağladığı ifade edilmiştir. Shyllon (2007) festivalleri, geleneksel kültürün ve geleneksel değerlerin yaşatılmasında bir model olarak ifade ederken, Derrett (2000) festivallerin toplumun kültürel gelişimini olumlu yönde etkilediğini ifade etmiştir. Gül vd., (2013) ise festivallerin toplumsal uyumu ve bütünleşmeyi

sağlamanın yanı sıra eski gelenekleri yaşatarak toplumdaki kaynaşmayı ve sosyal kazanımları arttırdığını belirtirken, Özkan (2015) festivallerin yerel kültürün korunmasında önemli bir araç olduğunu belirtmiştir. Gürsoy vd., (2004) ve Huang vd., (2010) ise festivallerin yerel halkın aidiyet duygusu, sosyal birliktelik ve yerel kültüre olan bağlılığının artmasında önemli bir rolü olduğunu ifade etmektedir. Giritlioğlu vd., (2015) ise festivaller sonucunda farklı kültür ve yapıya ait bir çok turist düzenlendiği bölgeyi ziyaret ederek yerel halk ile iletişime ve etkileşime geçtiğini böylece turist yerel halk iletişimi ile hem yerel halkın turizme ve turiste yönelik algılarında hem de yerel halk üzerinde önemli sosyal gelişmeler meydana getirdiğini ifade etmiştir.

Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali

Bolu ili yemek yapmayı bir ata mesleği olarak gören ve aşçıları ile ülke çapında tarihsel üne sahip bir yerleşim yeridir. Özellikle de Mengen İlçesi aşçılığı ile övünen ve bu mesleği kuşaktan kuşağa aktaran insanları ile öne çıkmaktadır. Yıllardır Türkiye’de ve dünya da Mengen isminin duyulmasını sağlayan, ünlü ve maharetli aşçıları olmuştur (Hoşcan vd., 2016). Günümüzde de Türkiye’nin ve dünyanın çeşitli yerlerine aşçı gönderen ve kendi kültürünü yine kendine has bir şekilde yaşatan bir ilçe olan Mengen’de yemek yapımı için seçilen malzemelerden yemeğin sofraya konulmasına kadar geçen süredeki her bir evre ayrı ayrı ve titizlikle üzerine düşülen birçok detaydan oluşmaktadır. Yörede yemeye bu kadar önem verilmesinin en önemli nedenlerinden biri yüzyıllardır babadan oğula devam eden geleneğin yaşatılmasından ileri gelmektedir (Arman, 2011). Aşçılık mesleğinin tarihi, Mengen de saray mutfağına kadar dayanmaktadır. Aşçılık mesleği ve yemek kültürü kuşaktan kuşağa aktararak geçmişten günümüze kadar korunarak gelmiştir. Günümüzde ise yörede aşçılık kültürü ile yetişen ustalar turizm işletmelerinde mutfakların en gözde aşçıları konumundadır. Bu günde Aşçı olmakla Mengenli olmanın eş değer olarak görüldüğü ilçede en önemli geçim ve tanıtım kaynağı “aşçılık” olarak karşımıza çıkmaktadır (Doğan, 2010).

Mengen aşçıları ve turizm festivali; yörede yetişerek İstanbul, Ankara, Antalya ve İzmir gibi büyük kentlerdeki ve Türkiye’nin diğer turizm bölgelerindeki otellerde çalışan aşçıları toplantılar yapılarak festivalin ana fikri oluşturulmuştur. Festivalin temel amacı; aşçıları bir araya getirmek, aşçılık mesleğinin ve sanatının önemini belirtmek, yöreyi tanıtmak, Türk mutfağının tanıtılarak dünya mutfakları içerisinde bilinirliğini arttırmak, yeni yetişen neslin aşçılık mesleğine ilgisini arttırmak, aşçıları arasında mesleki dayanışmayı arttırmak ve gurbetteki hemşerileri bir araya toplamak ve ilçede bir bayram havası oluşturmaktır. Bu amaçlarla 1981’de gerçekleştirilen ilk festival sonrasında ortaya çıkan talepte yörede kurulacak Aşçılık ve Otelcilik Okulu talebi İl Özel İdaresi ve Milli Eğitim Bakanlığının desteğiyle karşılanmış ve 1985 yılında eğitim-öğretime başlamıştır. Festivalin gördüğü ilgi üzerine tanıtım kampanyalarının daha etkin bir şekilde yapılması ve aşçıları arasındaki dayanışmayı güçlendirmek için Mengen Aşçıları ve Turizm Derneği kurulmuştur. 1984 yılına kadar komiteler ve Aşçıları ve Turizm Derneği’nin işbirliği ile yürütülen festival, daha sonra Mengen Belediyesi tarafından yürütülmeye başlanmıştır. 1990 yılından itibaren festival belediye ile müştereken destekleyici firmalarla birlikte yapılmaya başlanmıştır. Aşçıları Festivali her yıl eklenen yeniliklerle geliştirilmekte; örneğin gıda maddelerinin ve mutfak eşyalarının tanıtıldığı mutfak fuarı, mutfak müzesi ve dünya rekorlar kitabına girebilecek yemek rekorlarıyla her sene festivale değişik bir boyut kazandırılmaktadır (Hoşcan vd., 2016). Bu yıl 12-13 Ağustos 2017 tarihlerinde gerçekleştirilecek olan Uluslararası Mengen Aşçıları ve Turizm Festivali’nin otuz ikincisi düzenlenecektir (Mengen Belediyesi, 2017). Türkiye, Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Teşkilatı (UNESCO) tarafından, 17 Ekim 2003 tarihinde Paris’te düzenlenen 32. Konferansında kabul ettiği ve Türkiye Büyük Millet Meclisi tarafından 19 Ocak 2006’da onaylanarak yürürlüğe giren Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi kapsamında bu sürece dâhil olmuş ve 27 Mart 2006 tarihinde resmen taraf olmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığının, 4848 Sayılı Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanununun 13. maddesine göre Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü icracı birim olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Türkiye’den birçok kültürel unsur Somut Olmayan Kültürel Miras (SOKÜM) Ulusal Envanteri’ne girmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017). Mengen Aşçılık Geleneğinin Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanteri’ne girmesi için 02 Ekim 2014 tarihinde Bolu’da düzenlenen çalıştay sonrası gerekli başvuru süreci Bolu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından takip edilmektedir (Hoşcan vd., 2016).

3. YÖNTEM

3.1. Yöntem

Bu çalışma paydaşların görüşleri (düzenleme kurulu üyeleri, akademisyenler, yerel halk, esnaf) çerçevesinde festivallerin bölgesel turizme ve düzenlendiği yere sağladığı katkıları tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma durum deseninde hazırlanmış olup; ‘Durum çalışmaları özellikle değerlendirme süreçleri gibi birçok alanda kullanılan, araştırmacının bir durumu, sıklıkla bir programı, olayı, eylemi, süreci ya da bir veya daha fazla bireyi derinlemesine analiz ettiği bir araştırma desendir’ (Creswell, 2016). Durum çalışmasındaki veriler genellikle görüşme, gözlem ve belgelerden elde edilmektedir (Merriam, 2013). Bu doğrultuda veri analizi için nitel araştırma yöntemi dâhilinde betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Nitel araştırmalar, “gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik bir sürecin izlendiği” araştırmalardır (Yıldırım ve Şimşek, 2013:45). Yarı yapılandırılmış görüşme formu sayesinde görüşmeci önceden hazırlanmış soruları sorma ve ayrıntılı bilgi alma ve ek soru sorma fırsatı bulabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016:147-150). Bu bilgiler doğrultusunda araştırma amaçlarına uygun olarak katılımcılara, cevaplayıcıyı keskin hatlarla sınırlandırmayan ve bireyi hayal gücünü kullanarak kendi cümleleriyle ifade etmeye yönelten açık uçlu sorular sorulmuştur. Böylece paydaşların, festival kavramı ve ilçe turizmi ile ilçeye sağladığı katkıların farkındalıklarına ilişkin ayrıntılı bilgiye ulaşılabileceği düşünülmüştür.

3.2. Soru Formu

Görüşme soruları Özer ve Çavuşoğlu’ nun (2014), yapmış oldukları “Rekreasyonel Bir Faaliyet Olarak Yerel Etkinliklerin Kırsal Turizme Etkisi” ve Küçük’ ün (2013), “Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma” ile Gül ve diğerlerinin (2013), “Yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir festivali örneği” adlı çalışmalardan derlenerek elde edilmiştir. Görüşme formu uygulanmadan önce alanında uzman 3 akademisyenin görüşü alınmış ve gereken düzeltmeler yapılmıştır. Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleklerine ilişkin demografik özelliklerden oluşmaktadır. İkinci kısımda beş temel soru ve alt başlıklarından oluşmaktadır. Bu sorularda festival kavramının tanımı, Mengen Aşçıları ve Turizm Festivali hakkında katılımcı bilgileri, festivalin ilçeye sağladığı katkılar, festivalin sürdürülebilir olması ve geliştirilmesi için yapılması gerekenler, festivalin tanıtımı için yapılması gerekenlere ilişkin bilgi toplanması amaçlanmıştır.

3.3. Araştırmanın Örneklemi ve Veri Toplama Süreci

Bu çalışmada örneklem seçiminde bireylerin veya mekanların spesifik özelliklerine bağlı olarak çeşitli doküman varyanslarını türetmeyi amaçlayan maksimum çeşitlilik tekniğinden yararlanılmıştır (Miles ve Huberman, 1994). Aynı zamanda Miles ve Huberman (1994) nitel araştırmalarda örneklem küçüklüğüne gerektirdiğini vurgulamaktadır. Nitel araştırma yöntemini benimseyen bu çalışmadaki amaç, genellebilir bilgiye ulaşmak yerine derinlemesine incelenen durumu keşfederek analitik genellemeye ulaşmaktır. Nitel çalışmanın doğası gereği örneklem sayısında öneri ya da sınır bulunmamaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın evren ve örneklemi Mengen Aşçıları ve Turizm Festivali hakkında bilgi sahibi olan katılan ya da düzenleme kurulunda görev alan akademisyenler ile yerel halk ve esnaftan oluşan 47 kişiye çalışma için görüşme teklif edilmiş olup, katılım gösteren paydaşlar arasında çeşitlilik sağlandığı düşünüldüğü 26 kişi ile gönüllülük esasına dayanarak 1 Haziran -15 Temmuz 2017 tarihleri arasında yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Görüşme esnasında tüm katılımcılara araştırmanın amacına ilişkin bilgiler verilmiş, gönüllü katılımcı formu ile izinler alınmış ve yapılan görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Ayrıca kayıt esnasında yapılan yüz yüze görüşmelere ilişkin gözlem notları alınmıştır. Araştırmaya katılan katılımcılara K1 ile K26 arasında kodlar verilmiştir. Görüşme süreleri 20 ile 35 dakika arasında değişiklik göstermektedir. Görüşme sonrasında veriler elektronik ortamda yedeklenerek, verilerin kaybolması ve silinmesinin önüne geçilmiştir.

3.4. Araştırmanın Geçerliliği ve Güvenilirliği

Araştırmanın uygunluk kriterlerinin sağlanması konusunda, iç geçerlilik (inandırıcılık) dış geçerlilik (aktarılabirlik) ve güvenilirlik (tutarlılık ve teyit edilebilirlik) kriterleri kullanılması uygun görülmektedir. İç geçerlilikte (inandırıcılık) araştırmacının bulduğu sonuçlara nasıl vardığını açık seçik ortaya koyması ve çıkarımları ile ilgili kanıtları diğer kişilerin ulaşabileceği tarzda sunması gereklidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.255). Bu aşamada çalışmanın iç geçerliliğinin sağlanabilmesi için ana temaların ve alt temaların belirlenmesi, görüşmeler, gözlemler ve doküman analizleri arasında var olan örüntüyü verilmeye çalışılmıştır. Dış geçerlilik (aktarılabirlik) araştırmanın sonuçlarının genellenebilmesi ile ilgili olup nitel araştırmalarda istatistiksel bir genelleme söz konusu olmadığı için bir kurama analitik genelleme yapılabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.255). Araştırmanın güvenilirliği (tutarlılık ve teyit edilebilirlik) ise yapılmış bir çalışmanın başka bir araştırmacı tarafından aynı biçimde tekrar edildiğinde, aynı veya benzer sonuçları vermesi ile ilgilidir (Yıldırım ve Şimşek, 2011, s.259). Araştırmanın iç güvenilirliğini (tutarlılığını) arttırmak için bulguların tamamının yorum yapılmadan verilmiştir. Ayrıca görüşmede elde edilen veriler üzerinde araştırmacı ve nitel araştırma konusunda deneyimli ikinci bir araştırmacının ayrı ayrı kodlamalar yapması ve yapılan kodlamalar karşılaştırılarak tutarlılık oranının belirlenmesi için elde edilen temalar SPSS 20.0 paket programı kullanılarak Kappa analizine tabi tutulmuştur (Landis & Koch 1977). Cohen's Kappa katsayısı iki değerlendiricinin kodlamasıyla 1.00 olarak hesaplanmıştır. Landis ve Koch (1977)'a göre Cohen's Kappa katsayısının 0.81 ile 1.00 arasında olması, çok iyi düzeyde bir uyumun olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla mevcut araştırmada değerlendiriciler arasında çok iyi düzeyde bir uyum olduğu görülmekte ve kodlama anahtarının güvenilir olduğuna karar verilmektedir.

3.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Çalışmada betimsel analiz yapılarak, sonuçlar betimsel bir anlatım ile sunulmuş ve doğrudan anlatımlara yer verilerek, ortaya çıkan temalar ve örüntüler çerçevesinde elde edilen bulgular araştırma hedefleri doğrultusunda sınıflandırılarak nitel araştırma paket programı NVIVO 10,0 kullanılarak (Kelle, 1995; Cohen, Mannion & Morrison, 2007). açıklanması ve yorumlanması yoluna gidilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu kısımda araştırma kapsamında görüşülen kişilere ait demografik bilgiler ile Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivaline yönelik bilgi, düşünce ve algıları ile ilgili bulgulara yer verilecektir.

Tablo 1: Araştırmaya katılanlara ait demografik bilgiler

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Eğitim durumu	Meslek
1	E	25-34	Lisansüstü	Akademisyen
2	K	25-34	Lise	Mağaza müdürü
3	E	35-44	Lisansüstü	İk. Yönetimi
4	E	25-34	Lisans	Öğretmen
5	E	35-44	Lisans	Öğretmen
6	E	25-34	Lisans	Öğretmen
7	E	25-34	Lisans	Esnaf
8	K	18-24	Lisans	Esnaf
9	K	25-34	Önlisans	Satış danışmanı

10	K	18-24	Önlisans	Aşçı
11	K	35-44	Lise	Ev hanımı(yerel halk)
12	E	35-44	Lisansüstü	Akademisyen
13	K	25-34	Önlisans	Esnaf
14	K	25-34	Önlisans	Ev hanımı
15	E	35-44	Lisans	Öğretmen
16	K	35-44	Lisans	Muhasebeci
17	K	35-44	Lisans	Öğretmen
18	K	25-34	Lisans	Öğretmen
19	K	45 ve üzeri	Önlisans	Emekli (yerel halk)
20	K	18-24	Lisans	Aşçı
21	E	25-34	Lisansüstü	Akademisyen
22	E	25-34	Önlisans	Aşçı
23	E	25-34	Lisansüstü	Akademisyen
24	K	25-34	Lisans	Öğretmen
25	E	25-34	Lisansüstü	Akademisyen
26	E	18-24	Lise	Aşçı

Araştırma kapsamında yerel halk, esnaf, katılımcı ve akademisyenlerden oluşan toplam 26 kişi ile görüşmelere yapılmıştır. Katılımcıların 13' ünün kadın 13'ünün ise erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun (14 kişi) 25-34 yaş, 7 kişinin 35-44 yaş, 4 kişinin ise 18-24 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Eğitim durumları incelendiğinde ise 11 kişinin lisans, 6 kişinin lisansüstü, 6 kişinin önlisans, 3 kişinin ise lise mezunu olduğu görülmüştür. Katılımcılar mesleklerine göre gruplandırıldığında ise öğretmen 6 kişi, akademisyen 5 kişi, aşçı 4 kişi, esnaf 3 kişi ve diğer(ev hanımı, muhasebeci, satış danışmanı, İK. Yöneticisi) 8 olduğu görülmüştür.

Tablo 2: Araştırmaya katılan akademisyen, yerel halk, esnaf ve katılımcıların festival tanımlarına ilişkin öne çıkan kavramlar.

Kavramlar	f(n)
Tanıtım yönü (bölgenin ya da bölgeye ait bir ürünü tanıtmak)	11
Kültürel yönü	9
Eğlence yönü	6
Sanatsal yönü	5
Sosyal yönü(kaynaşma, bir araya gelme)	5

Ekonomik yönü	3
Turizm yönü	1

Katılımcıların festival tanımlarına ilişkin görüşleri aşağıda ifade edilmiştir;

“Her yıl belirli bir zaman diliminde yapılan, genellikle yöresel öğeleri içinde barındıran kültürel ve sanatsal etkinlikler topluluğudur.”(K1)

Bir yörenin kendi kültürünü temsil eden büyük eğlence aktiviteleridir.(K4)

“Bir yörenin kültürel değerlerinin tanıtıldığı, çeşitli etkinliklerle desteklenen organizasyonlardır.”(K7)

“Bir ürün bir sanat dalı vb., alanlarda eğlenceli aktivitelerle desteklenen yapıldığı yer için kültürel, sosyal ve ekonomik olarak önemli katkılar sağlayan genellikle sürekliliği olan etkinlikler.”(K12)

“Festival, insanları bir araya getiren ürün tanıtımları yapılan etkinliklerin, eğlencelerin, yarışmaların düzenlendiği, görsel yeteneklerin, el becerilerinin ortaya konulduğu organizasyonlardır.”(K14)

“Bir bölgede geçmişten günümüze geleneksel hale gelmiş belirli zaman dilimi içerisinde olan ve bir konuyu ele alan sanatsal etkinlikler bütünüdür.”(K17)

“Tanıtım paylaşım gelişim sanat etkinlikleriyle eğlence kaynaşma ekonomik ve kültürel alışveriş boyutu da olan etkinlikler bütünüdür.”(K20)

“Festival; bölgesel olarak değişkenlik gösteren, ürün, değer veya olguları yaşatmak için yapılan etkinliklerdir.”(K22)

“Bir bölgenin spesifik bir özelliğinin ulusal yada uluslararası boyutta tanıtılmasını hedef alarak gerçekleştirilen organizasyonlardır.” (K23)

Festivaller; bir bölgede belirli bir sıklıkta toplumun kendine has bir değeri kutlamak veya bir olay ve bir kişiyi anmak için yürüttükleri kültürel, sanatsal ve sosyal içerikli etkinliklerdir. Bir değeri veya geleneği anmak amacıyla düzenlenen festivallerin zamanla bu geleneği yaşatmak amacına da hizmet ettiği görülmektedir(Small vd., 2005). Bilgili vd., (2012) festivallerin bölgedeki turistik canlılığı arttırmanın yanı sıra, bölgeye sağladığı bölgeye sosyo-kültürel,sosyo-ekonomik katkılar üzerinde dururken, Küçük, (2013) festivallerin, yörenin simgesi olan özellikleri yansıtması ve sürekliliğinin sağlanması üzerinde durmaktadır. Özkan vd., (2015) bölge tanıtımı, yerel kültürün korunması açısından önemli olduğunu ifade etmektedir. Katılımcıların festival tanımları ve tanımlarında değinmiş oldukları kavramlar ile literatürde incelenen kaynaklar arasında tutarlılık olduğu görülmektedir.

Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali hakkında bilgi verebilir misiniz? sorusuna araştırma kapsamında görüşülen katılımcıların tamamının festivalin amacı ve kapsamı hakkında fikir sahibi olduğu genel olarak aşçılık ve yemek temaları üzerinde durulurken, aşçılık mesleğinin tanıtılması ve yeni nesillere sevdirmesi, festivale gelen aşçıların bir biri ile kaynaşarak mesleki bilgi ve tecrübe paylaşımı, yöresel yemeklerin ve yöresel ürünlerin tanıtılması, Mengen ilçesinin tanıtılması gibi kavramların öne çıktığı görülmektedir. Katılımcıların Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivaline ilişkin görüşleri aşağıda ifade edilmiştir;

“Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali; aşçıları ile ün yapmış Mengen`de aşçılık mesleğini icra eden aşçıların bir araya toplandığı, dışarıdan gelen insanların da aşçılık mesleğini tanıma fırsatı bulduğu, ayrıca Mengen`in kültürel ve tarihi özelliklerini öğrenebildiği zaman dilimidir.”(K1)

“Aşçıların, yemeklerin, bölgenin daha iyi tanıtılmasının sağlandığı, genç aşçılara ve aşçı adaylarına örnek bulunduğu güzel bir organizasyon.”(K6)

“Aşçılar diyarı Mengen`de hem Mengen`in dünyaca ünlü aşçıların tanıtımını artırmak hem de yöresel lezzetlerin tadılmasını ve tanıtılmasını sağlamak için düzenlenen bir festivaldir.”(K8)

“Yapıldığı ilk günden beri ilgi çeken aşçılık mesleğinin ve Mengen’in tanınması ve tanıtılmasına katkı sağlayan etkinliktir. 32 senedir süregelen bu etkinlik her sene büyük ilgi çekmektedir. Festivalde yöresel yemek yarışmaları, genç şefler yarışmaları koy mutfakları tanıtımları sergiler urun tanıtımları küçük kermesler ve konser gibi etkinlikler yer almaktadır.”(K14)

“Her yıl Mengen de düzenlenen Türkiye de tek aşçılık festivalidir Festivalde yarışma, sergi, konser gibi etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Özellikle her yıl değişik türde şov yemeği hazırlanmakta, çoğunlukla rekorlara imza atılmakta ve ilgi çekmektedir.”(K16)

“Aşçılık kültürünü aynı zamanda Mengen’i tüm dünyaya duyurma hedefli bir etkinliktir bu festival sayesinde küçük bir yer olmasına rağmen Mengen tüm dünyaya adını duyurmuştur.”(K17)

“Mengen, aşçılarıyla ünlenen bir ilçe ve her yıl uluslararası çapta aşçıların, şeflerin bir araya geldiği bir etkinliktir.”(K22)

“Uzun yıllardır Mengen’in ve Mengenli aşçıların tanıtımı ve birliği için düzenlenen ve son dönemlerde rekorları ile ses getiren, Türkiye'nin birçok bölgesinden aşçıların katılım gösterdiği bir festivaldir.” (K26)

Araştırmaya katılan akademisyen, yerel halk, esnaf ve katılımcıların Uluslararası Mengen Aşçıları ve Turizm Festivali'nin ilçeye sağladığı katkılara ilişkin görüşleri tablo 3'te yer almaktadır. Görüşülen katılımcıların; % 69,2'si festivalin ilçenin tanıtılmasına katkı sağladığını ifade ederken, % 69,2' si ilçeye sosyo- ekonomik katkılar sağladığını da ifade etmiştir. Bunun yanı sıra %23,07'si söktürün ve halkın kaynaşmasına olumlu katkı sağladığını belirtirken, % 19,23'ü ise hem sosyo- kültürel katkılar hem de turizm ile ilgili katkıları olduğunu dile getirmiştir. En az dile getirilen altyapı ve yatırım katkısı ise katılımcıların %7,69' u tarafından ifade edilmiştir. Uluslararası Mengen Aşçıları ve Turizm Festivali' nin ilçeye sağladığı katkılara ilişkin katılımcılar görüşleri aşağıda ifade edilmiştir.

İlçenin tanıtımına ilişkin görüşler;

“Bölgesel ve ulusal anlamda tanıtım katkısı diyebilirim.”(K3)

“Ulusal anlamda bilinirlik ve tanıtım.”(K5)

“İlçe ve bölge daha iyi tanıtılmış oluyor.”(K6)

“İlçenin isminin dünyada duyulmasını sağladığı için de önemli bir organizasyondur.” (K7)

“Mengen'in kültürel ve yöresel özelliklerinin herkese tanıtılması.”(K11)

“Mengen ilçesinin tanınması ve tanıtılması için büyük bir organizasyondur.”(K14)

“Festival sayesinde adımı herkese duyurarak tüm dünya tarafından tanınmış olur.”(K17)

Literatür incelendiğinde; festivallerin destinasyon imajını ve bilinirliğini (Lee vd, 2004; Rivera vd, 2008; Özdemir, 2008; Kim vd, 2010 ; Özkan vd., 2015), destinasyonların markalaşmasında önemli bir etken olduğunu(Chalip ve Costa, 2005; Lee ve Arcodia, 2011; Şengül ve Genç, 2016) ifade edilmektedir bu bakımdan araştırmada elde edilen bulgular ile tutarlılık göstermektedir.

Festivallerin ilçeye sağladığı sosyo-ekonomik katkılara ilişkin katılımcı görüşleri;

“Gıda firmalarının stant açması, gelen turistlerin veya günübirlikçilerin harcama yapmaları, ekonomik yatırımlar ve anlaşmalar yapılması ekonomik katkılardan sayılabilir.”(K1)

“Kalabalık olduğu için ilçede bulunan esnaf satış yapıyor.”(K2)

“En büyük katkısı ilçeye ekonomik girdi sağlamasıdır.”(K4)

“Bir esnaf olarak öncelikle maddi yönden katkısı çok büyük.”(K13)

“Bu dönemde dışarıdan gelen insanlar ilçeye para bırakır ve insanları ekonomik yönden de kazanç sağlamış olur.”(K17) “İlçedeki esnafın gelir kaynağı olmaktadır.”(K21)

“Esnafın maddi olarak böyle zamanlarda gelirleri bir hayli artmaktadır.”(K22)

Festivallerin düzenlendiği bölgeye sosyo-ekonomik katkılarının olduğunu ifade eden bir çok çalışma mevcuttur, Chang ,2006; Litvin ve Fetter, 2006; Atak,2009; Dredge ve Whitford, 2011; Özer ve Çavuşoğlu, 2014;Özkan vd., 2015; Giritlioğlu vd., 2015;Yıldırım vd.,2016) bu çalışmalarda bölgeye ekonomik canlılık getirdiği, yerel esnaf için gelir kapısı olduğu belirtilmektedir bu bağlamda incelenen çalışmaların araştırma bulguları ile tutarlı olduğu görülmektedir.

Festivallerin sektörel birleşmeyi ve halk kaynaşmasını sağladığını ifade eden katılımcı görüşleri;

“Aşçılar dışarıdan gelen diğer aşçılarla iletişim kurma imkanı bulmaktadırlar.”(K1)

“İlçe dışında yaşayan Mengenlilerin memleket bağlarının kopmamasına katkı sağlamaktadır.”(K3)

“İlçede okuyan öğrencileri kendi alanında uzman aşçı ve şeflerle tanıştırma fırsatı sunuyor.”(K8)

“Birlik duygusu Aşçı birliği sağlanması.”(K21)

“Birçok Mengenlinin festival amacıyla bir araya gelmesi.”(K24)

Yapılan çalışmalarda (Gürsoy vd., 2004; Duffy, 2005; Huang vd., 2010) festivallerin; toplumdaki kültürel farklılıkların, kimliklerin, sosyal bağların ve aidiyetlerin gelişmesini teşvik ederek toplumun yeniden biçimlenmesine de katkı sağladığı ifade edilmektedir bu bağlamda araştırma bulguları ile tutarlılık gösterdiği görülmektedir.

Festivallerin ilçeye sağladığı sosyo-kültürel katkılara ilişkin katılımcı görüşleri;

“Gelen turistlerin ve günübirlikçilerin Mengen ve Mengene dair bütün kültürel sanatsal öğeleri öğrenmesi ve gittiği yerlerde Mengen ile ilgili önemli yorumlar yapması kültürel katkı sağlayabilir.”(K1)

“Halkın kültürel gelişimine çok büyük katkı sağlamıştır.”(K17)

“Yeni insanlarla kültür alışverişi yapılması.”(K19)

“Bölgenin gelenek ve göreneklerini gibi kültürel değerlerini yaşatmak ve başka kültürlere aktarmak.”(K24) “Mengen’in kültürel açıdan tanıtılmasını sağlamaktadır.”(K26)

Yapılan çalışmalarda (Derrett,2000; Shyllon, 2007; Bilgili vd., 2012; Gül vd., 2013; Kömürcü, 2013;Özkan vd., 2015; Giritlioğlu vd., 2015)festivallerin yerel kültürün korunması, gelenek ve göreneklerin yaşatılması ve tanıtılmasında, bölgeye gelen turistler ile kültür alış verişi sağlanmasında önemli bir yeri olduğu ifade edilmektedir bu anlamda literatürdeki çalışmaların araştırma bulguları ile tutarlılık gösterdiği saptanmıştır

Tablo3: Araştırmaya katılan akademisyen, yerel halk, esnaf ve katılımcıların Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin ilçeye sağladığı katkılara ilişkin görüşleri

FESTİVALİN İLÇEYE KATKILARI	İLÇEYE																										f	%	
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20	K21	K22	K23	K24	K25	K26			
Altyapı ve yatırım																			√				√					2	7,69
İlçe tanıtımı			√	√	√	√		√	√	√	√	√	√	√		√		√		√			√	√	√	√		18	69,23
Sektörel ve halk kaynaşması	√	√													√		√		√	√								6	23,07
Sosyo-ekonomik katkılar	√	√			√		√	√	√	√	√	√	√	√			√	√			√	√	√	√		√	18	69,23	
Sosyo-kültürel katkılar	√											√			√		√					√						5	19,23
Turizm ile ilgili katkılar										√						√					√		√			√	5	19,23	

Tablo 4: Araştırmaya katılan akademisyen, yerel halk, esnaf ve katılımcıların Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin Ulusal ve Uluslararası alanlarda tanıtımının yapılabilmesi için yapılması gerekenlere ilişkin görüşleri

TANITIM ARAÇLARI	İLÇEYE																										f	%	
	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	K18	K19	K20	K21	K22	K23	K24	K25	K26			
Görsel ve işitsel iletişim araçlarının kullanılması				√	√	√			√											√								5	19,23
Kamu kurumları ve Sivil Toplum örgütlerinin desteği ve yatırımı		√																					√	√	√			4	15,38
Profesyonel destek alınması							√										√											2	7,69
Reklam ve sosyal medya kullanımı			√			√			√		√		√		√		√								√			8	30,77
Sponsor desteği											√		√		√										√			4	15,38
Şeflerin ve tanınmış kişilerin davet edilmesi		√						√			√	√			√				√	√	√						√	9	34,62
Tescillenmesi	√																											1	3,84
Yemek yarışmaları ve diğer etkinliklerin düzenlenmesi								√		√	√															√		4	15,38

Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin Ulusal ve Uluslararası alanlarda tanıtımının yapılabilmesi için yapılması gerekenlere ilişkin katılımcı görüşleri incelendiğinde; katılımcıların % 34,61'i şeflerin ve tanınmış kişilerin davet edilmesi,% 30,76'sı reklam ve sosyal medyanın kullanılması, %19,23'ü görsel ve işitsel iletişim araçlarının kullanılması, % 15,38' i kamu kurumlarının ve sivil toplum örgütlerinin desteği ve yatırımı, % 15,38' i sponsor desteği, % 15,38' i yemek yarışmaları ve diğer etkinliklerin düzenlenmesi, % 7,69' u profesyonel destek alınması, %3,84'ü ise tescillenmesi gerektiğini ifade etmiştir. Katılımcı görüşlerine ilişkin ifadeler;

"Tv ve Internet üzerinden gazetede her türlü iletişim araçlarından reklam yapılmalı."(K2)

"Uluslararası sektörden farklı tanınmış aşçılar festivale davet edilebilir."(K4)

"Sosyal medya etkili kullanılmalı, sivil toplum örgütleri ve sosyal oluşumların katılımı sağlanmalı, büyük kitlelere ulaşım sağlamak adına dernekler, siyasi oluşumlar, bakanlıklar ve hükümet nezdinde girişimler sağlanmalı, sponsorlar vasıtası ile firmaların yoğun katılımı sağlanmalı."(K5)

"Devlet bu işin önemli bir iş olduğunu ilk olarak benimsemeli ve gerekli yatırımları yapmalı. Uluslar arası Michelin yıldızlı şefler davet edilerek workshop yapma şansı verilmeli."(K8)

"Kesinlikle işi profesyonelle planlayıp yürütecek ajanslara bırakılması gerekir."(K12)

"Diğer ülkelerden unlu aşçıların davet edilerek ülkelerarası yemek yarışmaları düzenlenebilir."(K13)

"Tanıtım için en faydalı yollardan biri sosyal medya daha çok kitleye ulaşılabilir. Radyo programlarından ve televizyon programlarından, haberlerden yararlanabilir."(K14)

"Bence büyük ve önemli sponsorlar bulunmalı..Bu sponsorlar sayesinde televizyonlarda falan daha çok yayınlanmalı ve daha çok insanın duyması sağlanmalı."(K16)

"Sosyal medya duyuruları, yabancı şeflerin ve aşçılık öğrencilerinin festivale katılımı sağlanmalıdır."(K20)

"Ulusal ve uluslararası ajanslarla çalışılabilir."(K21)

"Festivale basın ve medya kuruluşlarının katılımı sağlanmalıdır. Bu noktada tüm dünyaca tanınan bireylerin festivale iştiraki teşvik edilmelidir."(K23)

"Festivalde rekor denemelerine yer verilirken ünlü sanatçı veya medyatik kişilerin desteği alınmalı."(K24)

"Mengen festivalinin etkin tanıtımların yapılması için ilçeye yatırımların artırılması, ulaşım olanaklarının bir an önce tamamlanması, düzenli ve geliştirilmiş turların yapılması, turizm bürosunun açılması ve kültür evinin tekrar açılarak işler hale getirilmesi ve marka değerinin belirli bir cazibe unsuru olarak pazarlanması gerekmektedir."(K25)

Özkan vd.,(2015) festivalin internet ve sosyal medyada daha aktif bir şekilde yer alması gerektiğini; Çulha, (2008) yerel yönetimlerin ve sivil toplum kuruluşlarının daha etkin çalışması ve bölgelerindeki tarihi mirasın korunması ve tanıtılmasına yönelik hizmet sunmaları gerektiğini; Kömürcü vd.,(2013) Tanıtım ve reklam faaliyetleri arttırılmalı, özellikle sosyal medya kullanılmalı, festival programı önceden belirlenmeli yazılı ve görsel materyaller kullanılması gerektiğini; Küçük,(2013) yapmış olduğu çalışmada kamu kurumları, belediyeler ve sivil toplum kuruluşlarının bu tür etkinliklerin tanıtılmasının da önemli rolü olduğunu, Şengül ve Genç,(2016) ise tanıtım için kullanılacak materyallerde yöresel ürünlere ait katalogların bulunması gerektiğini ifade etmiştir bu bakımdan araştırma bulguları ile tutarlılık gösterdiği söylenebilir.

Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için neler yapılmalıdır sorusuna katılımcılar; festival kapsamında rekor denemeleri yapılması, turizm ve otel temsilcilerinin katılımının arttırılması, ulusal ve uluslararası üne sahip aşçıların katılımının sağlanması ve devamlılığının sağlanması, yemek yarışmaları ve eğlenceye yönelik etkinliklerin yapılması ve sayısının arttırılması, tanıtım faaliyetlerinin arttırılması ve reklam yapılması, sponsor ve

destekçilerin arttırılması ve devamlılığının sağlanması, halkın ve aşçıların sahip çıkması gerektiği gibi ifadelerde bulunmuşlardır. Katılımcı ifadeleri;

“Bütün Mengenli aşçıların ve eğitim için Mengene gelmiş ve yolu Mengenden geçmiş tüm aşçıların bir araya getirilmesi sağlanmalıdır. Her sene kalıcı etkinlikler yapılmalıdır. Daha önceki senelerde yapılan rekorlar gibi. Çevre illerden insanların gelmesi sağlanmalıdır. Ayrıca yöresel ürünlerin pazarlanması için çalışma yapılmalıdır.”(K1)

“Otel ve turizm işletmesinin sayıca katılımlarının arttırılması gerektiğini düşünüyorum.”(K3)

Uluslararası sektörden farklı tanınmış aşçılar festivale davet edilebilir.(K4)

“Öncelikle tanıtım çok etkili ve sürekli olmalı, merak ve ilgi oluşturulmalı. Sektörel katılımın büyük ölçüde olması sağlanmalı, işletmelere mutfak ve aşçılık tanıtımı esnasında kurumlarını da tanıtacakları ve kısa surede dönüt alacakları sebebi ile katılımları desteklenmeli/sağlanmalı. İlgi oluşturabilmek için halkın yoğun katılımını sağlayacak organizasyonlar düzenlenmeli. En uygun zamanlar belirlenmeli.”(K5)

“Aşçılar festivaline daha çok aşçı katılımı sağlanmalı ve bu kapsamda aşçılık mesleğiyle ilgili etkinlikler arttırılmalıdır. Yarışmalar, eğitimler ve yemek çeşitliliği arttırılırsa daha talep gören bir organizasyon olması muhtemeldir.”(K7)

“Aşçılık Alanında mesleki bilgi ve deneyimlerini yeni nesillere aktarabileceği tabii ki festival duygusundan uzaklaşmadan içinde yeterince eğlenceli faaliyetleri de barındırması gerekir.”(12)

“İyi planlanması gerekli. Daha etkili olması için yönetici pozisyonundaki birçok aşçının bir arada ortak çalışmalar yapması ve bunu basın yayın organlarıyla yayması gerekir.”(K21)

“Mengen aşçılar festivalinin sürdürülebilir olması için ekonomik yönü kadar sosyal ve çevresel temalarını da önemseyen bir yaklaşımla ele alınmalıdır. Mevcut kaynakların korunması, bölgesel ürünlere olan talep, yerel sahiplenme, sivil toplum kuruluşları arası işbirliği ve etkileşim, eğitim ve farkındalığa yönelik katkılar önemsenmelidir.”(K25)

Getz, (2012) festivallerin devamlılığı ve başarısı için yerel toplumun desteği olması gerektiğini ifade ederken, Özer ve Çavuşoğlu, (2014) festival vb., etkinliklere bölge yöneticileri tarafından destek verilerek sayılarının arttırılması gerektiğini ifade etmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışma Mengen’de düzenlenen Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali’ ne ilişkin paydaşların görüşlerinin tespit edilesi amacıyla planlanıp yapılmıştır. Festivallerin; turizm, eğlence, eğitim, sosyal etkileşim, iş, ticaret ve ilham kaynağı olmak üzere yedi işlevi bulunmaktadır (Houghton, 2001: 39). Bu işlevleri ile festivaller; yöreye ziyaretçi sayısını çoğaltmakta, ekonomik getiri sağlamakta, yöre imajını geliştirmekte ve yerel halkın gururunu arttırmaktadır (Litvin ve Fetter, 2006: 44). Çalışmanın başlıca bulgularında ise; katılımcıların festival tanımlarında özellikle tanıtım, kültür, eğlence, sanat ve sosyal paylaşım gibi temaların daha çok vurgulandığı görülürken, Chang (2006) destinasyon pazarlamasında ve yerel ekonominin güçlenmesinde festivallerin önemli olduğunu ifade ederken katılımcılar aksine ekonomik özellikler dikkat çekmemektedir. Bunun yanı sıra Giritlioğlu vd., (2015) festivaller sonucunda farklı kültür ve yapıya sahip birçok turist o bölgeyi ziyaret ederek yerel halk ile iletişim ve etkileşime geçtiğini bu sayede turist yerel halk iletişimi karşısında hem halkın turist ve turizme yönelik algıları olumlu yönde gelişmekte hem de yerel halk üzerinde bazı önemli sosyal gelişimler meydana geldiğini ifade ederken katılımcılar festivallerin turizm yönünü neredeyse vurgulamamıştır. Farklı bir bulgu olarak katılımcılar festivallerin bölgeye sağladığı katkılar olarak literatürdeki gibi festivallerin bölgeye sosyo-ekonomik katkılarının olduğunu ifade etmişlerdir. Chang ,2006; Litvin ve Fetter, 2006; Atak,2009; Dredge ve Whitford, 2011; Özer ve Çavuşoğlu, 2014;Özkan vd., 2015; Giritlioğlu vd., 2015;Yıldırım vd.,2016 çalışmalarını bunları destekler niteliktedir. Aynı zamanda festivallerin bölge bilinirliği ve tanıtımına katkı sağlayacağı vurgulanmaktadır. Özellikle festivallerin destinasyon imajını ve bilinirliğini (Lee vd, 2004; Rivera vd, 2008; Özdemir, 2008; Kim vd, 2010 ; Özkan vd., 2015), destinasyonların

markalaşmasında önemli bir etken olduğunu (Chalip ve Costa, 2005; Lee ve Arcodia, 2011; Şengül ve Genç, 2016 literatür tarafından desteklenmektedir. Gürsoy vd., 2004; Duffy, 2005; Huang vd., 2010 festivallerin; toplumdaki kültürel farklılıkların, kimliklerin, sosyal bağların ve aidiyetlerin gelişmesini teşvik ederek toplumun yeniden biçimlenmesine de katkı sağladığı ifade ederken bunların aksine literatürde bahsedilen sosyo- kültürel katkılar çok fazla dikkate alınmamıştır. Ayrıca turizm katkıları ve bölgeye sağlayacağı alt yapı katkılarından çok fazla söz edilmemektedir.

Festivalin ulusal ve uluslararası alanlarda tanıtımı için, şeflerin ve tanınmış kişilerin davet edilmesi, sosyal medya ve reklamların kullanılması, görsel ve işitsel iletişim araçlarının kullanılması, düzenlenen etkinliklerin artırılması ve farklılaştırılması konularına dikkat çekilmektedir. Uluslararası Mengen Aşçılar ve Turizm Festivali'nin geliştirilmesi ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasına yönelik olarak tanıtıcı faaliyetlerin sayısının artırılması, rekor denemeleri gibi ilgi çekici etkinliklerin çoğaltılması, turizm ve otel sektörü ile aşçıların yoğun katılım göstermesinin sağlanması konusundaki ifadeler öne çıkmaktadır. Getz, (2012) festivallerin devamlılığı ve başarısı için yerel toplumun desteği olması gerektiğini ifade ederken, Özer ve Çavuşoğlu, (2014) festival vb., etkinliklere bölge yöneticileri tarafından destek verilerek sayılarının artırılması gerektiğini ifade etmiştir. Festival vb. etkinlikler ifade edildiği gibi düzenlendiği bölgeye birçok yönden katkı sağlamaktadır. Bu etkinliklerin devamlılığının sağlanması, daha çok katılımcı ya da destekçi çekebilmek, hem ulusal hem de uluslararası alanlarda daha etkin tanıtım sağlanması için öneri olarak;

- Öncelikle festival tarihlerinin önceden belirlenip kamuoyu ile paylaşılmalı, festival tarihi belirlenirken turizm ve otel işletmelerinin katılım sağlayabilmesi için yoğun oldukları yaz dönemlerinde değil daha sakin oldukları dönemlerde yapılmalıdır.
- Etkinliklerin ve işleyin daha profesyonel olarak yapılabilmesi için ulusal ya da uluslararası ajanslar ile çalışılmalı veya destek alınmalıdır.
- Yörenin ve yöreye ait ürünlerin daha iyi bir şekilde tanıtılması için, tanıtım materyallerinde yöresel ürünlerin ve yöresel temaların kullanılmalıdır.
- Festivalde aşçılık mesleğini ön plana çıkartacak etkinliklerin yapılması, özellikle yeni nesillere bu mesleği tanıttıracak etkinliklere ve eğitimlere yer verilmelidir.
- Ulusal ve uluslararası alanlarda tanınmış aşçıların davet edilmesi, bu kişilerin katılımlarının önceden duyurulması ve ilgi duyan katılımcılarla ortak paydada buluşmalarının sağlanacağı panel, söyleşi vb., etkinlikler planlanmalıdır.
- Festivalin tescillenmesi ve somut olmayan kültürel miras listesine girmesi için çalışmalar tamamlanmalıdır.
- Festivale uygun tema, slogan ya da logolar tasarlanarak bunların kamuoyu ile reklam, sosyal medya ve diğer iletişim araçları kullanılarak tanıtılmalı ve paylaşılmalıdır.

Bu çalışmada nitel araştırma yaklaşımı kullanılması nedeniyle birtakım sınırlılıklar bulunmaktadır. Bu nedenle edilen sonuçlar genellenemez. Daha sonraki araştırmalarda nitel ve nicel araştırma yaklaşımlarıyla desteklenerek çalışma genişletilebilir. Bu çalışmada akademisyenler, yerel halk, esnaf, katılımcıların görüşlerine yer verilmiştir. İleriki çalışmalarda farklı paydaşları kapsayan çalışmalar yapılabilir.

Kaynakça

- Arcodia, C. ve Dickson, C. (2013), "Tourism Field Studies: Experiencing the Carnival of Venice" *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 25 (3), ss.146-155.
- Arman, A. (2011), "Türk Mutfak Kültürü Tanıtım Sorunu: Mengen Mutfağı Örneği."Düzce: Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Atak, O. (2009), "Türk Turizminin Tanıtımında Festivallerin Yeri ve Önemi: Antalya Örneği." *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.*

- Ayazlar, G. ve Ayazlar R.A. (2015). "Festivallerin Sosyal Etkileri ve Kentsel Gurur." I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015) 432-444
- Bayrak, G. Ö. (2011), "Festival Motivators and Consequences: A Case of Efes Pilsen Blues Festival, Turkey", *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 22 (3), s. 378 – 389.
- Bilgili, B., Yağmur, Ö., ve Yazarkan, H. (2012), "Turistik Ürün Olarak Festivallerin Etkinlik ve Verimliliği Üzerine Bir Araştırma (Erzurum-Oltu Kırdağ Festivali Örneği)." *International Journal of Social and Economic Sciences*, 2(2), 117-124.
- Boyle, S., Joham, C. ve Abdullah, Abm, (2012), "The Hong Kong Arts Festival and Cultural Activity Choices", *International Review of Business Research Papers* vol: 8, no: 4, pp. 131 – 143.
- Chacko, H., ve Schaffer, J. (1993). "The Evolution of Festival: Creole Christmas in New Orleans", *Tourism Management*, 14/6, 471-479.
- Chalip, L., ve Costa, C. (2005). "Sport Event Tourism and the Destination Brand: Towards a General Theory", *Sport in Society* 8/2, 218–237.
- Chang, J. (2006). "Segmenting Tourists to Aboriginal Cultural Festivals: An Example in the Rukai Tribal Area, Taiwan", *Tourism Management*, 27/6, 1224-1234.
- Carlsen, Jack, Ali-Knight, Jane ve Robertson, Martin, (2007)," Access – A Research Agenda for Edinburgh Festivals", *Event Management*, vol. 11, pp. 3-11.
- Çela, A., Knowles-Lankford, J. ve Lankford, S. (2007), "Local food festivals in Northeast Iowa Communities: A Visitor and Economic Impact Study, *Managing Leisure*, 12(2-3), 171-186
- Cohen, L., Mannion, L. ve Morrison K. (2007), *Research methods in education*. Routledge, Taylor & Francis Group
- Crewell, J.W. (2016). *Araştırma Deseni, Nitel, Nicel ve Karma Yöntem Yaklaşımları*. (Çev. Selçuk Beşir Demir).Ankara: Eğiten Kitap Yayıncılık.
- Çulha, O, (2008)," Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Turistik Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması", *Journal of Yasar University*, 3(12), 1827-1852.
- Çulha, O ve Kalkan, A, (2016), "Uluslararası Zeytin Festivalinin Kalitesi ve Bölge Turizmine Katkıları: Didim Yerel Esnafı Ne Söylüyor?" *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/4 (2016) 132-164
- Dalgın, T.,Atak, O., Çeken, H. (2016), "Festivallerin Bir Kırsal Turizm Çekiciliği Olarak Önemi:" Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 3(12) (2016) 1179-1184*
- Demirbulat, Ö.G. ve Saatçi, G. (2015), "Etkinliklere Yönelik Ziyaretçi Algıları: Ayder Kardan Adam Şenliği Örneği: "Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı 14 – 16 Mayıs 2015, Gümüşhane 420-429*
- Derrett, R. (2000) "Can Festivals Brand Community Cultural Development and Cultural Tourism Simultaneously? Events Beyond 2000: "Setting the Agenda Proceedings of Conference on Event Evaluation, Research And Education Sydney.
- Dianne, O'S. ve Marion, J. J. (2002). "Festival Tourism: A Contributor to Sustainable Local Economic Development", *Journal of Sustainable Tourism*, 10/4, 325-342.
- Doğan, M. (2010), " Mengen Havzasının Beşeri ve İktisadi Coğrafyası." İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya, Beşeri ve İktisadi Coğrafya.
- Doğrul, Ü., Atçeken, K. ve Şahin, A. (2015), "Festival Kalitesinin Ziyaretçilerin Algıladıkları Değer, Tatmin ve Sadakat Üzerine Etkisi: Mersin Uluslararası Narenciye Festivali Üzerine Bir Uygulama." *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), Haziran 2015
- Dredge, D. ve Whitford, M. (2011)," Event Tourism Governance and The Public Sphere", *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5).
- Duffy, M. (2005), "Performing Identity Within a Multicultural Framework", *Social and Cultural Geography*, 6 (5), s. 677 – 692.
- Ekin, Y. (2011), "Etkinlik Turizmi Kapsamında Festivaller ve Antalya Atın Portakal Film Festivali'nin Yerel Halk Üzerindeki Sosyal Etkileri Konulu Bir Araştırma", *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.

- Getz, D. (2012), “Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events.” Routledge, New York.
- Giritlioğlu, İ., Olcay, A., ve Özekici, Y. K. (2015), “Bir Turizm Çeşitliliği Olarak Festival Etkinliklerinin Sınıflandırılması: Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme.” Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, (13)
- Goldblatt, J. J. (1997), “Special Events: Best Practice in Modern Event Management,” Van Nostrand Reinhold, New York.
- Gül, K., Erdem, B., ve Gül, M. (2013), “Yerel festivallerin etkinliğine bağlı ziyaretçi kazanımları: Sındırgı Yağcıbedir festivali örneği.” Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(2).
- Günersel, Ş. (1997), “Türkiye’nin Turizm Tanıtımında Kültürel Değerlerin Kullanımı ve Önemine Bir Örnek:” Festivaller, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Gürsoy, D., Kim, K., Uysal, M. (2004), “Perceived Impacts of Festivals and Special Events by Organizers: An Extension and Validation.” Tourism Management, 25(2), ss: 171-181.
- Hoşcan, N., Genç, K. ve Şengül, S. (2016), “Bolu Kent Markası Oluşturma Sürecinde Aşçılık Kültürü ve Gastronomi Turizminin Önemi: BOLGAMER Önerisi:” Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue1 (2016) 52-76
- Houghton, M. (2001), “The Propensity of Wine Festivals to Encourage Subsequent Winery Visitation”, International Journal of Wine Marketing, 13 (3), s. 32 – 41.
- Huang, J. Z., Li, M., Cai, L. A. (2010), “A Model of Community Based Festival İmage.” International Journal of Hospitality Management, 29(2), ss: 254-260
- Kelle, U. (1995), “Computer aided qualitative data analysis. “London: Sage Publications
- Kızılırmak, İ.(2006), “Türkiye’de Düzenlenen Yerel Etkinliklerin Turistik Çekicilik Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir İnceleme”, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:15, 2006, s,181-196
- Kim, H., Cheng, Chia-Kuen ve O’leary, J., (2007), “Understanding Participation Patterns And Trends In Tourism Cultural Attractions, “Tourism Management, vol. 28, pp. 1366-1371.
- Kim, S. S., Prideaux, B., Chon, K. (2010), “A Comparison of Results of Three Stastical Methods to Understand Determinants of Festival Participants’ Expenditures.” International Journal of Hospitality Management, 29(2), ss: 297-307.
- Kim, Y.H., Kim, M., Goh, B.K. ve Antun, J.M. (2011), “The Role of Money: The Impact on Food Tourists’ Satisfaction and Intention to Revisit Food Events,” Journal of Culinary Science & Technology, 9(2), 85-98.
- Kim, Y.H., Duncan, J.L. ve Jai, T.M.C (2014). A Case Study of a Southern Food Festival: Using a Cluster Analysis Approach, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 25:3, 457-473.
- Kömürcü, G. B. (2013), “Etkinlik Turizmi Çeşidi Olarak Festivaller: Bozcaada Yerel Tatlar Festivali Örneği,” Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Kömürcü, G.B., Boz, M. ve Tükeltürk, Ş.A. (2014), “Festivals as a Type of Event Tourism: Tenedos Local Flavours Festival Sample Case,” İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi, 13(25), 221-237.
- Küçük, M.(2012),“Turizmin Yerel Kalkınmaya Etkisi: Ankara Kızılcahamam Örneği”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara 2012.
- Küçük, M. (2013), “Kültür Turizmi Kapsamında Yer Alan Festival Etkinliklerinin Yerel Kalkınmaya Katkısı: Uluslararası Beyşehir Göl Festivali Üzerine Bir Araştırma.” Ulusal Kop Bölgesel Kalkınma Sempozyumu, 14-16 Kasım 2013, Konya, ss: 345-357.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017, Temmuz 14). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü. Temmuz 14, 2017 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Araştırma ve Eğitim Genel Müdürlüğü:<http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,50837/somut-olmayan-kulturel-mirasin-korunmasi-sozlesmesi-hak-.html>. den alınmıştır.
- Landis, J. R. ve Koch, G. G. (1977), “The measurement of observer agreement for categorical data. Biometrics, 33, 159-174.

- Lee, Y. K., Lee, C. K., Lee, S. K., Babin, B. J. (2004), “ Festivalscapes and Patron’s Emotions, Satisfaction, and Loyalty.” *Journal of Business Research*, ss: 56- 64.
- Lee, I. ve Arcodia, C. (2011). “The Role of Regional Food Festivals for Destination Branding”, *International Journal of Tourism Research*, 13/4, 355-367.
- Lee, J. (2014), “Visitor’s Emotional Responses to the Festival Environment.” *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31(1), ss: 114-131.
- Litvin, S.W. ve Fetter, E. (2006), “ Can a festival be too Successful? A Review of Spoleto, USA” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1), s. 41-49
- Mengen Belediyesi,(2017). 14.07.2017tarihinde linkteki Mengen Belediyesi’ne ait web adresinden http://www.mengenbelediyesi.com/index.php?tip=1&modul=9_1&lang=tr&ID=1586&pID=3 alınmıştır.
- Merriam, B. Sharan (2013). *Nitel Araştırma Desen Ve Uygulama İçin Bir Rehber*, (Çeviri Edit.: Selahattin Turan), Ankara: Nobel Akademik.
- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1994) *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Method* (Sec. Ed.) Thousand Oaks, CA: Sage.
- Organ, K., Lewis, N. K., Palmer, A. ve Probert, J. (2015), “Festivals as Agents for Behaviour Change: A Study of Food Festival Engagement and Subsequent Food Choices,” *Tourism Management*, 48, 84-99
- Özdemir, G.(2008), “ Destinasyon pazarlaması”, Detay Yayıncılık, 1. Baskı, Ankara, 2008,s.175.
- Özer, E. Z. ve Çavuşoğlu, F.(2014), “ Rekreasyonel Bir Faaliyet Olarak Yerel Etkinliklerin Kırsal Turizme Etkisi.” *International Journal Of Science Culture and Sport*. (Special Issue on the Proceedings of the 1st I SSTR Congress). SI(2):191-202
- Özkan, E., Curkan, S. C. ve Sarak, E. C. (2015), “Festivallerin Katılan Ziyaretçiler Üzerine Etkileri: Alaçatı Ot Festivali Örneği.” *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 6(14).
- Rivera, M. A., Hara, T., Kock, G. (2008), “ Economic Impact of Cultural Events: The Case of Zora Festival.” *Journal of Heritage Tourism*, 3(2), ss: 121-137.
- Seçilmiş, C. (2011), “Ziyaretçilerin Gözüyle Eskişehir Turizmi’nin Gelişmesini Etkileyen Sorunlar”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3 (3), s. 37 – 57.
- Small, K., Edwards, D., Sheridan, L. (2005), “ A Flexible Framework for Evaluating the Socio Cultural Impacts of a Small Festival.” *International Journal of Event Management Research*. 1(1), ss: 66-77.
- Shyllon, F. (2007), “Argungu Fishing Festival in Northwestern Nigeria: Promoting the Idea of a Sustainable Cultural Fest”, *International Journal of Cultural Property*, (14), s. 329 – 337.
- Şengül, S. ve Genç, K. (2016), “ Festival turizmi kapsamında yöresel mutfak kültürünün destekleyici ürün olarak kullanılması: Mudurnu İpekyolu Kültür Sanat Ve Turizm Festivali Örneği.” . *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 23, 2016, s. 79-89
- Tayfun, A. ve Arslan, E. (2013), “ Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara Alışveriş Festivali’nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma.” *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.
- Timur, M. N., Çevik, S. ve Kıcıır, G. K.(2014), “Etkinlik turizmi: kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme.” *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 2, Sayı: 2/1, s. 56-83
- Viktória, K. (2013), “International And National Models Used For Measuring Festivals’ Economic Impacts.” *Ege Strategic Research Journal*. 4(1) (2013) 31-46
- Yıldırım, O., Karaca, O. B., ve Çakıcı, A. C. (2016), “Yerel Halkın “Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı” na Yönelik Algı ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma.” *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(2).
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011), “Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri” (8. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013), “Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri” (9. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016), “Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri” (10. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YAVAŞ ŞEHİRDE BULUNAN TURİSTİK İŞLETMELERİNİN ESTETİK DEĞERLERİNİ BELİRLEMEK ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: GÖKÇEADA ÖRNEĞİ

Feriyal FARHADI ANDARABI
Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
feriyalfarhadi@hotmail.com

Prof. Dr. Azize TUNÇ HASSAN
Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
azize@gazi.edu.tr

Özet

Bu araştırma, üyelik açısından Yavaş Şehir Ağı'na ilk kez katılan ve hala tek üye ada sıfatıyla Ağ'da bulunmakta olan Gökçeada'yı, bir paket tur satın almak suretiyle ziyaret eden turistler üzerinden yapılmıştır. Araştırmanın amacı, Gökçeada'da faaliyet gösteren turistik işletmelerinin estetik değerini belirlemek ve ayrıca estetik değer turistlerin tatmini üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Veri toplama aracı olarak anket yöntemi seçilmiştir ve 770 geçerli anket değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmanın veri analizi aşamasında turistlerin demografik bilgilerinin frekans ve yüzdeleri incelenmiştir. Daha sonra, verilere faktör analizi uygulanmış ve faktörler arasındaki korelasyon ve regresyon katsayıları incelenmiştir. Araştırma sonucunda konaklama, restoran, yerel ürün satış işletmeleri ve tur otobüslerine ilişkin estetik değerler ile turistlerin tatmini arasında yüksek oranda pozitif ilişkinin bulunduğu belirlenmiştir. Müzelerle yönelik estetik değer ile turistlerin tatmini arasında orta oranda negatif ilişki tespit edilmiştir. Hediyeleşim eşya satan işletmelere ilişkin estetik değer ile turistlerin tatmini arasında ise yüksek oranda negatif ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Turistik işletmelerinde estetik değere ilişkin sürekli yeniliklerin yapılmasının ve müzelerin zenginleştirilmesinin turistleri seyahat etmeye itecek bir motivasyon oluşturacağı düşünülmektedir. Gökçeada'da yöreye özgü çeşitli el sanatları kurslarının faaliyete geçmesi, üniversitelerin yerel yönetim ve halk eğitim merkezleriyle birlikte projeler yürütmesi yöre halkının bu konuda bilinçlenmesine mutlak bir katkıda bulunacaktır.

Anahtar Kelimeler: Estetik değer, turistik işletmeleri, Yavaş Şehir, Gökçeada.

A RESEARCH ON DETERMINING ESTHETICAL VALUES OF TOURISM ENTERPRISES IN CITTASLOW: SAMPLE OF GÖKÇEADA

Abstract

This research was conducted on the basis of tourists who, by purchasing a package tour, visited Gökçeada which joined the Cittaslow Network for the first time in terms of membership and is still in the Network as the sole member island. The purpose of the research is to determine esthetical values of tourism enterprises operating in Gökçeada and also put for the effect of esthetical value on satisfaction of tourists. Survey method was chosen as data collection tool and 770 valid questionnaires were evaluated. Frequency and percentages of demographic information on tourists were analysed during data analysis phase of the research. Later on, data was applied factor analysis and correlation and regression coefficients among factors were analysed. As a result of the study, it was found that there was a high positive relationship between esthetical values relating to accommodations, restaurants, firms selling local products and touring buses and satisfaction of tourists. A medium-level negative relationship was found between esthetical value regarding museums and satisfaction of tourists. It was also concluded that there was a high negative relationship between esthetical value regarding firms selling souvenirs and satisfaction of tourists. It is supposed that continuous innovations to be made by tourism enterprises concerning esthetical value and enriching museums will be a source of motivation that will prompt tourists to travel. Getting various courses on handicrafts peculiar to Gökçeada started, conduct of projects by universities together with local government and public training centres will make an absolute contribution to raising awareness of the locals on the subject.

Key Words: Esthetical value, tourism enterprises, Cittaslow, Gökçeada.

1. GİRİŞ

Günümüzde turist profilinde meydana gelen değişiklikler taleplerde de değişimi beraberinde getirmiştir. Turistler ziyaret ettikleri destinasyonda kullandıkları turistik ürün bileşenlerinden estetik değer beklemektedir. Turistlere sunulan ürünlerin, temalı ve otantik ortamlarda hazırlanmış olmaları önem taşımaktadır (Doğaner, 2013, s. 29). Turizm sektöründe çekicilik unsurlarının oluşturulmasında estetik unsur son derece önemlidir. Estetik değer, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin üst kademesinde yer alan ihtiyaçları karşılamaktadır (Oral ve Çelik, 2013, s. 171). Turistlerin artık fonksiyonel özelliklerin ötesinde, sembolik ve duygusal değerlerle sunulan ürünlerin ve hizmetlerin arayışında olduklarını rahatlıkla söyleyebiliriz. Turistler, duygusal olarak tatmin olmayı talep etmekte ve deneyimlerinin, unutulmaz biçimde yaşatabilecekleri unsurlar tarafından desteklenmesini arzu etmektedirler (Dujmović ve Vitasović, 2015, s. 194). Turistik işletmeleri turistlerin beğenisini kazanacak ürünlere ve estetik nesnelere karşı talep yaratacak öznelere yaratılabilmesi için, simgesel formüllerin, duygusal iletilerin ve iletişim araçlarının kullanılmasına önem verilmelidirler. Dolayısıyla, turistlerin görme, duyma, koklama, dokunma ve tatma duyularından yararlanmak suretiyle, turistik işletmeleri, estetik değeri zenginleştirme çabasına girmişlerdir (Güzel, 2014, s. 4).

Turist davranışlarının hazcı boyutunda, hislerin, fantezi ve duygusal unsurların tüketimini yönlendirdiği belirtilmektedir (Holbrook ve Hirschman, 1982, s. 138) ve estetik unsurların son derece önemli olduğu vurgulanmaktadır (Rutes ve diğerleri, 2001, s. 77). Malzeme tasarımı, ses, ışık, dekorasyon vb. elemanların hepsi estetik değerlerin birer parçasıdır ve tüm konaklama işletmelerinin tasarımında bunlar mutlak surette dikkate alınmalıdır. Ancak yöreye özgü ve benzersiz parçaların kullanılması, bir konaklama işletmesinin farklı kılınabilmesini sağlamaktadır (Strannegard ve Strannegard, 2012, s. 2009).

Özellikle yabancı turistler yerel kültürü ve gittikleri yerlerin yaşam tarzlarını deneyimlemeyi tercih etmektedir (Lee, 2011; Chick, 2009). Turistlerin duygusal ve deneyime dayanan ihtiyaçlarını ve tercihlerini karşılamak için, doğa, sanat, performans ve yerel kültür gibi estetik unsurların kullanılması gerekmektedir (Chang, 2016; Cheng, 2016; Countryman ve Jang, 2006). Bu unsurlar, turistlere yerel yaşam tarzı konusunda otantik bir deneyim sunmaktadır (Pizam, 2015; Jones ve diğerleri, 2013) ve spesifik tutum ve davranışların ortaya çıkmasını sağlamaktadır (Durna ve diğerleri, 2015; Lin, 2004). Yavaş şehirler, kendine has doğası, tarihi ve kültürel yapıları, özgün gelenekleri ve yiyecek içecek seçenekleriyle, yeni deneyimler arayışında olan turistlere otantik ürün ve hizmetler sunabilme kapasitesine sahiptir (Saribaş vd., 2016, s.109). Ancak Yavaş Şehir kriterlerinde planlanan sürdürülebilir kalkınma ve gelişme politikaları, turizm faaliyetlerinin sadece gelir getirici özelliğine yönelik tasarlanmamıştır. Yavaş şehir felsefesi doğrudan sürdürülebilir turizm kapsamında yürütülmezken, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma ve gelişme kriterleriyle çok yakından ilişkili oldukları açıktır (Ekinci, 2014, s. 178). Turizmin gelişimi aşamasında, yerel işletmelerin korunup kalkınması, yerel el sanatların sürdürülmesi ve gelişmesi, gelenek ve göreneklerin yaşatılması ve yansıtılmasına yer verilmektedir. Özetle, Yavaş Şehir felsefesi sürdürülebilir kalkınma ve yaşam kalitesi üzerine kurulmuştur (Hatipoglu, 2015, s. 22).

Bu kapsamda makalede ilk olarak Estetik değer tanımı yapıp, turistik işletmeleri açısından estetik değerlerin öneminin, konuyla alakalı önceki çalışmalar eşliğinde tartışılması amaçlanmaktadır. Turistik işletmelerinde estetik değerlerin turistlerin deneyimsel değerleri üzerinde nasıl etki bıraktığı ve turistlerin tatmini ve sadakatiyle ilişkisi açıklanmaktadır. Ayrıca, yavaş şehir hakkında özet bilgi verilerek, estetik değerlerin bu şehirlerde faaliyette bulunan turistik işletmeleri için önemine dikkat çekilmektedir.

Bu bağlamda, ilgili yazıdaki tartışmalar ilk bölümlerde verildikten sonra, deneysel olarak Gökçeada'ya yönelik düzenlenen paket turlar vasıtasıyla ziyaret gerçekleştiren turistlerle yapılmış olan alan çalışmasının anket verilerinin analiz bulguları eleştirel olarak tartışılmaktadır. Gökçeada'ya yönelik düzenlenen paket turlarda sunulan deneyimsel değer düzeyiyle, turistlerin tatmin ve sadakati arasındaki ilişkinin istatistik verileriyle desteklenmesi, Gökçeada'nın sürdürülebilir turizminin gelişmesine yönelik olarak sunulacak önerileri yararlı kılabilir.

1.1. Estetik Değer

Geniş anlamda değer, bir nesnenin, bir olayın önemini belirtmeye yarayan soyut veya somut bir ölçüt, bir özelliktir (Duymaz, 2005, s. 450). Yunanca Aisthesis'den gelen estetik kelimesi, duyum veya duyuşsal algı anlamını taşımaktadır (Gürsel, 2001, s. 27). Estetik değer, bir güzellik çeşididir. Estetik değer, tüketim sonucu nesnenin somut veya soyut güzelliğini ön plana çıkaran deneyimsel değerdir. Ürün üretiminde, çevresel düzenlemelerde ve sunulan hizmetlerde estetik değer, tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemektedir (Holbrook, 1999, s. 20). İnsan duyuşsal deneyimleriyle bulunduğu ortama bir değer yüklemektedir. Bu değer, güzel, yüce, trajik ve komik gibi kelimelerle ifade edilmektedir. İnsana maddi yararların dışında hoşlanma ve haz sağlayan bu his estetik değer olarak tanımlanmaktadır (Duymaz, 2005, s. 451).

Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi fizyolojik, güvenlik, ait olma ve sevgi, saygınlık ve statü, kendini gerçekleştirme ihtiyaçları (kişisel tatmin, kişisel başarı vb.) olarak beş gruba ayrılmaktadır. İhtiyaçların karşılanması bireyin tatmin duygusunda bir süre sonra azalmalara neden olduğunda yeni ihtiyaçların karşılanması zorunluluğu ortaya çıkmaktadır (Yıldırım, 2015, s. 404). İhtiyaçların karşılanması ile tatmin düzeyleri arasında da bir ilişki bulunmaktadır. Ortaya çıkan bir ihtiyacın karşılanması sonucunda, bir süre sonra o ihtiyacın karşılanmış olmasından doğan tatmin duygusunun düştüğü ve yeni ihtiyaçların ortaya çıktığı görülmektedir. Bu süreç, kendini gerçekleştirme ihtiyacına kadar devam etmektedir (Koç ve Topaloğlu, 2012, s. 205)

Maslow ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinde estetik değer, bir ihtiyacın karşılanmasında tatmin düzeyinin yükselmesini sağlayabilen bir statüye sahiptir. Deneyimler turizm olaylarının temel unsurlarıdır. Dolayısıyla, turistik işletmelerinde deneyimsel değeri etkileyen bir unsur olan estetik, turistlerin algılamalarını da etkilemektedir. Deneyimsel değer modelinde, duyuşsal, duygusal, bilişsel, davranışsal ve ilişkisel deneyim beş boyutta incelenmektedir. Sunulan bu modelde, duyuşsal deneyim ile estetik değer arasında ilişki bulunmaktadır. Bu modele göre deneyim, görme, duyma, dokunma, tatma ve hissetme duygusuna hitap ederek estetik değeri oluşturmaktadır (Schmitt, 1999, s. 64).

1.2. Turistik İşletmelerinde Estetik Değer

Başarılı işletmeler faaliyetlerin ve ürünlerin niteliklerini geliştirmenin ötesinde, değer yaratmaya ilişkin olarak da çaba göstermektedir (Meyer ve Schawager, 2007, s. 117). Deneyim, müşteri ve işletme arasındaki değer önerisinin temeli olarak kabul edilmektedir (Pine ve Gilmore, 1999, s. 6).

Müşteriler, çoklu ürün tekliflerini değerlendirme aşamasında, ürünlerin deneyim tabanında yükselen değerine göre seçim yapmaktadır. Sunulan değerlerin müşteriler tarafından algılanış biçimi ise işletme tekliflerinin değer tabanının güçlendirilmesiyle ilgilidir. Müşteri tatminini oluşturma açısından algılanan değer, sürdürülebilir rekabet aracı olarak önemlidir (Oh, 2008, s. 70). Mathwick ve arkadaşlarının (2001, s. 50) belirttiği gibi, işletmenin deneyimsel değeri, müşterilerin, ürün veya hizmetleri doğrudan ya da dolaylı olarak kullanmaları ile ortaya çıkan etkileşimler sonucunda edinilen algılamalar olarak ortaya çıkmaktadır.

İşletmelerde estetik değeri oluşturan boyutlar üç grupta toplanmaktadır. Birinci grup, ortam faktörlerini kapsayan, sıcaklık, gürültü, koku, müzik ve aydınlatmadır. İkinci grubu, tasarım faktörleri olarak ayırmaktadır. Bunlar işletmenin mimarisi, kullanılan renk ve malzemeler, iç düzen ve mekanın yerleşim planıdır. Üçüncü grubu ise, sosyal faktörler yani, müşteriler ve personel olarak tanımlamaktadır (Baker, 1986, s. 80)

Turistik işletmeleri de tüm işletmelerde olduğu gibi sürdürülebilir kalkınma ve gelişmeyi amaçlamaktadır. Bu amaca ulaşmada şüphesiz pek çok faktör etkili olmaktadır. Turistik işletmeleri bünyelerinde nitelikleri birbirinden farklı çok sayıda işletmeyi barındırmaktadır. Ancak konaklama işletmeleri, restoranlar, yerel ürünleri satan işletmeler, tur otobüsleri, müzeler ve hediyelik eşya satan işletmeler, ağırlıklı olarak turistlere ürün ve hizmet sundukları için, bu sektörde ön plana çıkarmaktadır. Dolayısıyla turistlerin bu işletme kollarından elde ettikleri deneyimsel değer, sektöre yönelik tutum ve davranışlarını önemli oranda etkileyebilir.

Holbrook ve Hirschman (1982, s. 139), estetik değeri işletmelerdeki deneyimsel değerin bir boyutu olarak açıklamaktadır. İşletmelerde estetik değer, iç ve dış mimari özellikleri ve uyumu, kullanılan fon müzikleri, renkler ve tercih edilen koku, dekoratif görünüm ve sunulan hizmetlerin bütünü kapsamaktadır. Estetik değer, duyuyla hissedilebilen güzelliğin farkındalığı ile ilgilidir. Tüketimde estetik değer rasyonel kararların ötesine geçmektedir. Fantaziler (hayal, rüya), hisler (sevgi, üzüntü, nefret, kızgınlık, korku, neşe) ve eğlence (estetik hoşluktan ve eğlendirici aktivitelerden meydana gelen hazsal zevkler) gibi unsurlardan meydana gelmektedir. Bu unsurlar aynı zamanda tüketimin ana karakterlerini de şekillendirmektedir.

Zhang (2008, s. 133) araştırmasında sınırlı hizmet sunan konaklama işletmelerine deneyimsel değer açısından marka olmaları için bir modeli önermektedir. Bu modelde estetik ve ekonomik değer, eğlenme, kaçış, eğitim, verimlilik, mükemmellik, ve sosyal tanınırlık boyutları yer almaktadır. Estetik değer ölçümünde konaklama işletmesinin dekorasyonu, görünüşü, çalınan müzik, kullanılan renkler ve renk uyumu ile kokuya ilişkin maddeler yer almaktadır.

Hyatt zincir yönetimi estetik değerin konaklama işletmelerinde önemine vurgu yapmaktadır. Yönetim estetik değerin turistlerin tatmin ile ilişkisini ortaya koyarak, beş duyunun sadece duyuları harekete geçirmekle sınırlı kalmadığını aynı zamanda memnuniyet sağlayan bir faktör olarak değerlendirilmesini önermektedir (Schmitt, 1999, s. 99).

Sulek ve Hensley (2004, s. 236) araştırmasında, restoran atmosferini etkileyen dekor, ses seviyesi, sıcaklık ve serinlik, temizlik, koku, ışıklandırma, renk ve müzik faktörlerinin önemine açıklık getirmektedir. İşletmede müşteriye servis yapılmadan önce sözü geçen faktörlerin sağlanmış olması, yemek deneyim beklentisini olumlu yönde etkilemektedir. Bu faktörlerden herhangi biri ile ilgili bir problem müşteriyi rahatsız edebilmekte ve restoranda kalma süresinin kısalmasına neden olabilmektedir. Ayrıca, araştırma restoran işletmelerinde açılan servislerin, masa ve mobilyaların kullanılabilirliğine ve rahatlığına vurgu yapılmaktadır.

Müzelerde tanıtılan değerler, kültürel somut varlıklardır. Müzeler de deneyimsel değer unsurlarını güçlendirerek, ziyaretçilerin tatminini etkilemektedir. Müzelerin atmosferi ve sergilenen ürünlerin dekorasyonu gibi estetik değeri kapsayan unsurların düzenlenmesinin titizce yapılması kültürel varlıkların anlam ve değerini artırmaktadır (Yılmaz, 2011; Çelik Yetim ve Umur, 2016).

Çelik Yetim ve Umur (2016, s. 612) araştırmasında Göreme Açık Hava Müzesi'ndeki müze deneyimini; fonksiyonel, eğitsel ve estetik boyutlar bağlamında ortaya çıkarmaktadır. Fonksiyonel, eğitsel ve estetik değer ile deneyimsel değer arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Araştırmaya göre, profesyonel turist rehberlerinin fonksiyonel ve estetik değer tatminin yüksek, eğitsel değer tatminin ise diğerlerine göre daha düşük olduğu ortaya çıkmaktadır.

Turistlerin deneyimlerine ilişkin şimdi ve gelecek zamanda hatırlatan objeler arasında hediyelik eşyanın önemli yeri vardır. Güçlü ve anlamlı tasarımlarla üretilen hediyelik eşyalar, ziyaret edilen yerin özgün geleneklerinin ve kültürel varlıklarının tanıtımında ve yaşatılmasında etkin role sahiptir. Turistik hediyelik eşya ve ürünler bulunduğu yörenin coğrafi işaretlerini yansıtması, kültürel mirasın tanıtımında, gastronomi ve miras turizminin gelişmesinde etken bir unsur niteliğindedir.

Yanar ve Özkan Tağı (2014, s. 39) Antalya'ya yakın Burdur ilinin özgü turistik hediyelik eşya ve ürünleri üzerinde yaptıkları araştırmada, yöreye özgü değerlerin kullanılması ile oluşturulan el sanatlarının devamlılığının sağlanması gerektiği sonucuna varmaktadır. Hediyelik eşyanın estetik değeri olduğundan turistler için bir çekicilik unsuru olmasına vurgu yaparak, Burdur ilinin bu konuda pek başarılı bir performans sergilemediğine dikkat çekilmektedir. Burdur iline yönelik turistik hediyelik eşyanın estetik değeri ve çeşitliliğini artırmak amacıyla bölgeye ait hayvanlar, endemik bitkiler, yöresel ürünler, taşınır ve taşınmaz kültür varlıklarının tasarlanıp yeni ürünler üretilmesine yönelik öneriler verilmektedir.

1.3. Yavaş Şehir ve Gökçeada

Carlo Petrini öncülüğünde İtalya'da 1986 yılı SlowFood hareketin başlatılmasının ardından, küçük şehirlerin ve kasabaların sürdürülebilir kalkınması ve gelişmesi için yavaş şehir birliği kurulmuştur.

Yavaş şehirlerde yerel halkın kendi kaynaklarını kullanarak turizmden yararlanmaları ve yörede kendi değerlerini kaybetmedikleri sürdürülebilir bir turizm stratejisi sağlanabilmektedir. Yerel halkın turizmin etkilerinin bilincinde olması; turistik faaliyetlerin gelişiminin toplum tarafından kontrol edilmesi durumunda, yerel kaynakların zarar görmeden ve verimli bir şekilde kullanılacağı anlamına gelmektedir (Farhadi Andarabi ve diğerleri, 2014, s. 72).

Yavaş şehirlerde faaliyet gösteren turistik işletmelerinin, bu pazarın ihtiyaçları doğrultusunda turistik ürün ve hizmetler tasarlayıp sunmalarının turistlerin tatminini sağlamak açısından önemli rolleri olabilir. Yavaş şehirlerdeki turistik işletmelerinin, turistlere olumlu deneyimler aracılığıyla tatmin duygusunu sağlamakla yetinmemeleri gerekmektedir. Bu şehirlerde faaliyet gösteren turistik işletmeleri, ağırladıkları turistlerle bağlılık yaratan çabalara girişerek sürdürülebilir kalkınma yolunda da ilerlemiş olabilirler. Global anlamda ciddi bir rekabetin yaşandığı turizm pazarında, yavaş şehirlerde çekicilik faktörlerin yarattığı estetik değer farkına varan turistik işletmeleri sürdürülebilir kalkınma ve gelişme amaçlarına varabilmeleri mümkündür.

Türkiye'nin Kuzey Ege'sinde yer alan Gökçeada 2011 yılından itibaren yavaş şehir birliği üyeliğine resmen dahil edilmiştir. Adanın kendine özgü doğal güzellikleri, tarihi yapıları ve coğrafi işaretli ürünleri ile özellikle gastronomi ve mirası turistleri ağırlama potansiyeline sahiptir. Ada yavaş şehir üyesi olduktan sonra organik tarım merkezi olma yolunda ilerlemektedir. Organik tarım faaliyetleri, hayvancılık, balıcılık, zeytincilik, şarapçılık ve üzüm yetiştirme alanlarında gelişmiştir. Değerli tarihi dokuların korunması için Bademli, Zeytinliköy, Tepeköy ve Dereköy köyleri sit alanı olarak ilan edilmektedir (Farhadi Andarabi, 2012, s. 39).

Literatür incelemesinde turistlerin bakış açısıyla yavaş şehirlerdeki turistik işletmelerinin estetik değerini inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Araştırma bu bakımdan oldukça önem arz etmektedir. Bu çalışmada, yavaş şehirlerde turistik işletmelerin estetik değerini paket turlarla gelen turistler tarafından ölçülmesi planlanmaktadır. Yavaş şehirlerde turistik işletmelerinin estetik değeri ile turistlerin tatmini arasındaki ilişkiyi bulmak bu araştırmanın kapsamındadır. Yavaş şehirlerde hizmet veren turistik işletmelerinin estetik değerinin belirlenmesi, deneyim odaklı hizmet kalitesi bakımından, turistlerin beklentilerini karşılayıp karşılamadıklarının belirlenmesi açısından da önem arz etmektedir. Bu çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda, Gökçeada'da faaliyet gösteren turistik işletmelerinde estetik değeri etkileyen unsurların yeniden gözden geçirilmesinin, turistlere daha kaliteli ürün ve hizmet sunabilme imkanının sağlanabilmesi açısından yararlı olacağı düşünülmektedir. Ek olarak Türkiye'deki tüm yavaş şehirlerde faaliyet gösteren turistik işletmeleri için sürdürülebilir kalkınma ve gelişme politikalarının yürütülme çabalarına kaynak niteliği de taşımaktadır.

2. YÖNTEM

Seyahat sektöründe hazırlanmış olan tur paketlerinin destinasyonları turizm hareketine yön vermekte etkilidir (Soyak, 2013, s. 5). Bu araştırmanın temel amacı, Gökçeada'daki turistik işletmelerinin estetik değerlerini belirlemek ve estetik değeriyle turistlerin tatmini ve sadakati arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu bağlamda, çalışmada daha çok katılımcıya ve sayısal verilere ulaşabilmek adına nicel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda birincil verilerin toplanabilmesi için anket tekniğine başvurulmuştur. Çalışmada anket uygulaması Ankara, İstanbul ve Bursa da 6 adet A grubu seyahat acentesi aracılığıyla Gökçeada'ya paket turla katılan Türk turistlere yapılmıştır. Gökçeada'ya yönelik Ankara, İstanbul ve Bursa'dan paket turlarla çıkış yapan Türk turistlerin anket doldurmaları için en uygun yerin belirlenmesi amacıyla, Ankara, İstanbul ve Bursa'da 6 adet A grubu seyahat acentesi yöneticisi ve 6 rehber ile telefon görüşmeleri yapılmıştır. Gökçeada dönüşünde GESTAŞ gemi seferleriyle Kuzu limanından Kabatepe'ye geçiş sırasında, yolcuların bekleme yaptıkları bir boş zaman olduğu belirlenmiştir.

Anket hakkında bilgi vermek için, uygulamaya geçmeden önce, Ankara, İstanbul, Bursa'da sözü geçen acentelerin tur rehberleriyle telefonla bizzat konuşulmuştur. Sözü geçen 6 adet A grubu acentenin tur rehberi, GESTAŞ gemileriyle Gökçeada Kuzu limanından hareket edildiğinde, gönüllü tur katılımcılarına anket uygulamışlardır. Zamanlama sorunu yaşanmaması için, Kabatepe limanı anket formlarının teslim edileceği yer olarak belirtilmiştir.

Ankara, İstanbul ve Bursa’da görüşülen 6 adet A grubu acentenin verilerine göre, 2015 yılında bu 6 acentede toplam 9238 kişi düzenlenen Gökçeada turlarına katılmışlardır. Bu çalışma evreninde, 6 adet A grubu acentenin Gökçeada’ya yönelik olarak düzenledikleri turlara katılan turistler arasında, Gökçeada’da en az iki gece konaklama yapanlar tercih edilmiştir. Literatür incelemesi sonucu elde edilen bilgiler doğrultusunda, on binin altında bulunan evrende 0,05 hata payı ile örneklem büyüklüğünün 370 olması gerektiği hesaplanmıştır (Sekaran, 1999, s. 255; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s. 47).

Evren göz önüne alındığında, bu sayıların belirlenen örneklem formülü varsayımlarına göre, evrene genelleştirilebilmesi açısından yeterli düzeyde olduğunu belirtmek mümkündür (Özdamar, 2001: 257; Ural ve Kılıç, 2006: 49). Ancak, çalışma sonuçlarının güçlendirilebilmesi açısından bu örneklem büyüklüğünün artırılması gerektiği düşünülmüştür. Bu nedenle örneklem büyüklüğü olarak 1200 rakamı belirlenmiştir. Anket öncelikle 50 adet çoğaltılarak ön-teste tabii tutulmuştur. Turistik işletmelerinde, turistler tarafından işletmelerin estetik değerinin ölçümüne ilişkin farklı ölçekler bulunmaktadır. Mevcut araştırma için öncelikle literatür taraması yöntemiyle estetik değer ve bunun işletmelere sağladığı avantajlar irdelenmiştir.

Bununla birlikte turistlerin gün içerisinde yararlandığı otel, restoran, müze, yöresel ürünler satan işletmeler, hediyelik eşya işletmesi ve tur otobüsü hizmetlerine ilişkin estetik değer ölçekleri incelenmiştir. Literatür incelemesinde, Zhang (2008, s. 175) ’ın, Holbrook (1994, s. 133) ve Oh (2008, s. 70) ’nun ölçeğinden geliştirdiği ölçeğin, sıklıkla kullanıldığı tespit edilmiştir. Çalışmanın amaçlarına uygunluğu nedeniyle Zhang (2008, s. 175) ’ın geliştirmiş olduğu ölçeğin çalışmaya uyarlanmasına karar verilmiştir. Bu aşamada İngilizce dilinde olan ölçek, belirlenen örneklem hedefine uygun olarak Türkçe’ye çevrilmiştir. Ölçeğin çevirisi de dil uzmanları tarafından yapılmıştır. Pilot uygulama Nisan 2016 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Pilot anketlere turistler tarafından verilen öneriler doğrultusunda araştırma ölçeği tekrar gözden geçirilmiştir. Zhang (2008, s. 175) ’ın çalışmasından alınan ölçekte yerel ürün satan işletmelere, hediyelik eşya satan işletmelerden ayrı bir boyutta yer verilmesi uygun görülmüştür ve ölçeğe son hali verilmiştir.

Uygulama 2016 Mayıs-Ağustos aralığında gerçekleşmiştir. Toplam 1200 anket elde edilmiş ve 770 geçerli anket değerlendirmeye alınmıştır. Anketin birinci bölümünde, katılımcıların bireysel ve demografik özelliklerine ilişkin sorular yer almıştır. Anketin ikinci bölümünde beşli Likert tipi ölçek; kesinlikle katılıyorum=5, katılıyorum=4, orta düzeyde katılıyorum=3, katılmıyorum=2, kesinlikle katılmıyorum=1 kullanarak katılımcıların turistik işletmelerinin estetik değerine ilişkin görüşlerini belirleyen 60 kapalı üçlü ifade sorulmuştur. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığının belirlenmesinde; uç ve kayıp değerlerden arınlık, veri setinin normal dağılımı, örneklem büyüklüğü ve örnekleme yeterliliğine (KMO ve Bartlett’in küresellik testi) bakılmıştır.

Yapılan inceleme sonucunda puanların normal dağılım gösterdiği saptanmıştır. Örneklem büyüklüğünün yeterliliğini belirlemek amacıyla yapılan test sonucu (KMO= .934) ve Bartlett Küresellik testi sonuçları ($X^2= 8235,038$; $sd= 464$; $p= .000$) dikkate alındığında, örneklem sayısı yeterli bulunmuştur. Ölçeklerin Cronbach’s Alpha güvenilirlik katsayıları, tatmin $\alpha= 0,934$ olarak tespit edilmiştir. Anketlerin analizinde SPSS 18 kullanılmıştır. Veriler, yüzde, frekans, faktör analizi ve korelasyon analizi ile incelenmiştir.

Araştırmanın modelinde katılımcıların demografik özellikleri, turistik işletmelerinin estetik değer faktörleri, müşteri tatmini ve müşteri sadakati yer almaktadır. Araştırmada estetik değer boyutları; otel, restoran, müze, hediyelik eşya işletmesi ve tur otobüsü estetiği değerinden oluşmaktadır. Ürünlerin estetik değerleri turistin karar verme sürecini ve satın alma davranışını etkileyebilir.

Bir turistik işletmesinin atmosferi, iç ve dış mimari yapısı, dekorasyonu, kullanılan renkler, çalınan müzik türleri, havasındaki koku vb. unsurlar turistin rahatlaması, dinamizmi ve heyecanı gibi eylemler üzerinde etkiler sağlayabilir. Bu doğrultuda araştırmanın amacı Gökçeada’ya yönelik düzenlenen paket turlarda turistik işletmelerinin estetik değerini belirlemektir. Bunun yanında çalışmada turistik işletmelerde estetik değer, turistlerin memnuniyet ve tatmin değişkenleri üzerindeki etkisi araştırılmaktadır. Araştırmanın amacına bağlı olarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmaktadır:

H₁: Araştırmaya katılan turistlerin cinsiyetlerine göre turistik işletmelerin estetik değer faktörleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂: Araştırmaya katılan turistlerin yaşlarına göre turistik işletmelerin estetik değer faktörleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃: Araştırmaya katılan turistlerin eğitimine göre turistik işletmelerin estetik değer faktörleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₄:Araştırmaya katılan turistlerin aylık gelirine göre turistik işletmelerin estetik değer faktörleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅: Turistik işletmelerde estetik değer faktörleri ile turistlerin tatmini arasında anlamlı (pozitif) bir ilişki vardır.

H₆: Turistik işletmelerde estetik değer faktörleri ile turistlerin sadakati arasında anlamlı (pozitif) bir ilişki vardır.

H₇: Turistlerin tatmini ile sadakati arasında anlamlı (pozitif) bir ilişki vardır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde, Gökçeada'ya paket turla katılan turistlerin ölçekler yoluyla toplanan verileri analiz edilmiştir. Tablo 1'de ankete cevap veren turistlerin demografik özelliklerinin (cinsiyet, yaş, eğitim durumu, aylık gelir) frekans ve yüzde dağılımlarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılanlara İlişkin Demografik Bilgiler (n= 770)

Değişkenler	Grup	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	445	57.8
	Erkek	325	42.2
Yaş	19 ve altı	21	2.8
	20-29	55	7.1
	30-39	143	18.5
	40-49	179	23.2
	50-59	217	28.3
	60 ve üstü	155	20.1
Eğitim	İlköğretim	83	9.3
	Lise	220	22.4
	Üniversite	394	51.1
	Yüksek lisans	73	12.0
	Doktora	48	5.2
Aylık toplam gelir (TL)	1000 TL ve altı	28	3.6
	2001- 3000 TL	408	53.2
	3001- 4000 TL	297	38.5
	4001- 5000 TL	23	2.9
	5001 TL üstü	14	1.8

Tablo 1'e göre, araştırmaya katılanlardan bayanların baylara kıyasla biraz daha fazla olduğu görülmektedir. Genellikle riske karşı planlı grup, paket turları tercih etmektedir. Bu grubun kadın ağırlıklı olduğu belirlenmektedir (Alvarez ve Asugman, 2005, s. 336). Yaş dağılımı dikkate alındığında; yaklaşık %70 orta yaş (30-59) grubunda olduğu anlaşılmaktadır. 19 yaş altı sadece %2,8'dir. Eğitim durumları incelendiğinde, araştırmaya katılanların yaklaşık %68.3'ü üniversite ve üstü bir eğitimdedir. Bu sonuçlara göre, turistlerin bir kültür destinasyonu olan Gökçeada'yı tercih etmeleri ile eğitim düzeylerinin yüksek olması arasında doğru orantı olduğu söylenebilir. Gelir bakımından araştırmaya katılanların %96,4'ü 2000.-TL ve üstü bir gelire sahiptir. Araştırmaya katılanların %81'i, Gökçeada'yı tekrar ziyaret etme düşüncesinde olduklarını ifade etmektedir. Bu durum turistlerin Gökçeada deneyiminde, çekim özelliklerine yönelik beledikleri olumlu

performansın sergilenmesine işaret etmektedir. Buhalis (2000, s. 144) araştırmasında çekim yeri özelliklerini altı başlık altında toplamaktadır; çekicilikler (doğal güzellikler veya binalar vb.), yapılar ve ulaştırma sistemi, konaklama, yiyecek-içecek ve alışveriş olanakları, bireysel veya paket turlarda katılabilecek her türlü turistik faaliyetler ve diğer hizmet birimleri (bankalar, sağlık kurumları vb.). Tekin ve Ardahan (2006, s. 20), araştırmasında çekim yeri özelliklerini, olanaklar ve hizmetler, alt yapı, konukseverlik ve maliyet faktörleri olarak sıralamaktadır. Kozak (2006, s.127) ise çekicilikleri, etkinlikler, ulaşılabilirlik, imaj ve turistik işletmeleri kapsamında açıklamaktadır. Santana-Jiménez ve Hernández (2011, s. 416) araştırmalarında turistik çekim yeri özellikleri kapsamında nüfus yoğunluğunun çekici veya itici etkisine dikkat çekmektedir.

Tablo 2’de yapılan faktör analizi sonucunda ulaşılan konaklama işletmelerinin estetik değeri, restoran işletmelerinin estetik değeri, yerel ürünler satan işletmelerin estetik değeri, tur otobüslerinin estetik değeri, müzelerin estetik değeri, hediyelik eşya satan işletmelerin estetik değeri ile turistlerin tatmin boyutlarına ilişkin veriler yer almaktadır:

Tablo 2: Turistik İşletmelerinin Estetik Değerinin Faktör Analizi Sonuçları (n=770)

Faktörler	Öz değer	Varyans oranı	Faktör yükleri
1. Faktör: Konaklama İşletmelerinin Estetik Değeri $\alpha= 0,923$	15,700	21,124	,867
Bir bütün olarak görsel çekiciliği			,848
İç mimari yapısında çekiciliği			,856
Dış mimari yapısında çekiciliği			,774
Dekorasyonda kullanılan obje çekiciliği			,871
Tüm dekoratif unsurların görünüm çekiciliği			,836
Kullanılan renklerin çekiciliği			,832
Kullanılan koku çekiciliği			,820
Ürün sunumu ve görünümün çekiciliği			,846
Çalınan müzik çekiciliği			,815
2. Faktör: Restoran İşletmelerinin Estetik değeri $\alpha=0,974$	12,862	18,315	
Bir bütün olarak görsel çekiciliği			,828
İç mimari yapısında çekiciliği			,810
Dış mimari yapısında çekiciliği			,832
Dekorasyonda kullanılan obje çekiciliği			,809
Tüm dekoratif unsurların görünüm çekiciliği			,757
Kullanılan renklerin çekiciliği			,804
Kullanılan koku çekiciliği			,871
Ürün sunumu ve görünümün çekiciliği			,803
Çalınan müzik çekiciliği			,761
3. Faktör: Yerel Ürünleri Satan İşletmelerin Estetik Değeri $\alpha= 0,981$	10,789	14,435	
Bir bütün olarak görsel çekiciliği			,846
İç mimari yapısında çekiciliği			,781
Dış mimari yapısında çekiciliği			,772
Dekorasyonda kullanılan obje çekiciliği			,809
Tüm dekoratif unsurların görünüm çekiciliği			,812
Kullanılan renklerin çekiciliği			,764
Kullanılan koku çekiciliği			,865
Ürün sunumu ve görünümün çekiciliği			,815
Çalınan müzik çekiciliği			,764
4. Faktör: Tur Otobüslerin Estetik değeri $\alpha= 0,918$	10,635	14,431	
Bir bütün olarak görsel çekiciliği			,791
İç yapı çekiciliği			,819
Dış yapı çekiciliği			,812

Dekorasyonda kullanılan obje çekiciliği			,765
Tüm dekoratif unsurların görünüm çekiciliği			,845
Kullanılan renklerin çekiciliği			,805
Kullanılan koku çekiciliği			,788
Ürün sunumu ve görünümün çekiciliği			,786
Çalınan müzik çekiciliği			,805
5. Faktör: Müzelerin Estetik değeri $\alpha= 0,912$	3,149	6,895	
Bir bütün olarak görsel çekiciliği			,821
İç mimari yapısında çekiciliği			,789
Dış mimari yapısında çekiciliği			,832
Dekorasyonda kullanılan obje çekiciliği			,787
Tüm dekoratif unsurların görünüm çekiciliği			,756
Kullanılan renklerin çekiciliği			,816
Kullanılan koku çekiciliği			,824
Ürün sunumu ve görünümün çekiciliği (müzedeki sergilenen turistik unsurların çekiciliği)			,797
Çalınan müzik çekiciliği			,759
6. Faktör: Hediyelik Eşya Satan İşletmelerinin Estetik Değeri $A= 0,906$	2,565	6,034	
Bir bütün olarak görsel çekiciliği			,766
İç mimari yapısında çekiciliği			,789
Dış mimari yapısında çekiciliği			,813
Dekorasyonda kullanılan obje çekiciliği			,787
Tüm dekoratif unsurların görünüm çekiciliği			,746
Kullanılan renklerin çekiciliği			,797
Kullanılan koku çekiciliği			,854
Ürün sunumu ve görünümün çekiciliği			,807
Çalınan müzik çekiciliği			,832
Tatmin $\alpha=0,934$	9.286	60.895	
Gökçeada'da kaldığım konaklama işletmesinden memnunum			,832
Gökçeada'da yemek yediğim restorandan memnunum			,845
Gökçeada'da alışveriş yaptığım yöresel ürünleri satan işletmeden memnunum			,816
Seyahat boyunca kullandığım tur otobüsünden memnunum			,809
Gökçeada'daki açık ve kapalı müzelerden memnunum			,817
Gökçeada'daki hediyelik eşya işletmesinden memnunum			,824

Örneklemin KMO değerinin faktör analizi için tatminkar olduğu düşünülmektedir. Yapılan faktör analizinde “Varimax yöntemi” aracılığı ile faktör yapısı oluşturulmuştur. Öz değeri 1’den büyük olan faktörler toplam varyansın % 81,234’ünü açıklamaktadır ve Bartlett testinin sonucu anlamlıdır (sig.0.000). Tablo 2’ye göre konaklama işletmesinin estetik değeri toplam varyansın %21,124’ünü, restoran işletmesinin estetik değeri toplam varyansın %18,315’ini; yerel ürünler satan işletmenin estetik değeri toplam varyansın %14,435’ini, tur otobüsü estetik değeri toplam varyansın %14,431’ini, müze estetik değeri toplam varyansın %6,895’ini ve hediyelik eşya işletmesi estetik değeri toplam varyansın %2,565’ini açıklamaktadır. İstatiksel sonuçlara göre Gökçeada’yı paket turlarla ziyaret eden turistler en yüksek oranda estetik değer edindikleri yerler, birinci boyut konaklama işletmeleri, ikinci boyut restoran işletmeleri ve üçüncü boyut yerel ürünler satan işletmelerdir.

Tablo 3’te görüldüğü üzere konaklama işletmesinin estetik değeri, restoran işletmesinin estetik değeri, yerel ürünler satan işletmenin estetik değeri, tur otobüsü estetik değeri, müze estetik değeri, hediyelik

eşya satan işletmenin estetik değerine ulaşılmıştır. Faktör analizi sonucunda elde edilen boyutların kendi içerisinde iç tutarlılığının olup olmadığını belirlemek amacıyla güvenirlik analizi yapılmıştır. Her bir ölçeğe ilişkin güvenirlik katsayısı (Cronbach's Alpha) ölçeklerin (yerel ürünler satan işletmelerin estetik değeri $\alpha= 0,981$, restoran işletmelerinin estetik değeri $\alpha= 0,974$, konaklama işletmelerin estetik değeri $\alpha= 0,923$, tur otobüslerinin estetik değeri $\alpha= 0,918$, müzelerin estetik değeri $\alpha= 0,912$, hediyelik eşya işletmelerinin estetik değeri $\alpha= 0,906$) yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Paket turla Gökçeada gezisine katılan turistlerin tatmin değişkenleri ile, yerel ürün satan işletmeleri, restoran ve konaklama işletmeleri, tur otobüsü, müze ve hediyelik eşya satan işletmelerin faktörleri arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde ilişki bulmak için korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 3'te işletmelerin estetik değeri ile tatmin değişkenine ilişkin korelasyon analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3: Korelasyon Analizi Sonuçları (n=770)

Ortalama	Standart sapma	Değişken	YÜSİ	Rİ	Kİ	MÜ	HESİ	TO	Tatmin
4.06	0.82	YÜSİ	1	.702	.710	-.407	-.501	.634	.698
4.12	0.84	Rİ	-	1	.715	-.410	-.507	.609	.709
4.25	0.84	Kİ	-	-	1	-.438	-.511	.667	.712
2.78	0.80	MÜ	-	-	-	1	-.504	-.494	-.410
1.89	0.82	HESİ	-	-	-	-	1	-.588	-.501
3.86	0.85	TO	-	-	-	-	-	1	.623
3.76	0.83	Tatmin	-	-	-	-	-	-	1

Sosyal Bilimlerde Korelasyon Katsayısının değerleri $0,50 \leq r \leq 1,00$ olarak bulunması, değişkenler arasında yüksek düzeyde pozitif ilişki olduğu anlamına gelmektedir. Korelasyon Katsayısının $-0,50 \leq r \leq -1,00$ arasında olması değişkenler arasında yüksek düzeyde negatif ilişki olduğu anlamını taşımaktadır. (YÜSİ: yöresel ürün satan işletmelerin estetik değeri, Rİ: restoran işletmelerin estetik değeri, Kİ: konaklama işletmelerin estetik değeri, MÜ: müzelerin estetik değeri, HESİ: hediyelik eşya satan işletmelerin estetik değeri, TO: tur otobüslerin estetik değeri).

Tablo 3'te görüldüğü üzere Gökçeada'da hizmet veren konaklama işletmelerin estetik değeri ile turistlerin tatmini ($r=,712$); restoran işletmelerinin estetik değeri ile turistlerin tatmini ($r=,709$); yöresel ürün satan işletmelerin estetik değeri ile turistlerin tatmini ($r=,698$); tur otobüslerin estetik değeri ile turistlerin tatmini ($r=,623$) arasındaki yüksek derecede pozitif ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla H1, H2, H3, H4 hipotezleri kabul edilmektedir. İç ve dış mimari yapı, dekorasyon ve kullanılan objeler vb. unsurlar turistlerin duyarlarına hitap etmekte ve kendilerini iyi hissetmelerini sağlamaktadır. Zhang (2008, s. 141) sınırlı hizmet sunan konaklama işletmelerine yönelik yaptığı araştırmada turistlerin tatmini konusunda, işletmenin estetik değerinin etkili olduğu sonucuna varmaktadır. Tüz (2017, s. 137) 'e göre, restoranların iç ve dış çevre görünümü, turistlere işletmeye ilişkin tercihleri açısından fikir vermektedir. Turistler restoranlardan sadece yiyecek içecek ihtiyacını gidermemektedir. Dolayısıyla estetik değerinden memnun kaldıkları restoranın ürünlerine de olumlu yaklaşmaktadır. Bir restoranın dekore edildiğinde estetik unsurların dikkate alınması, müşterilerde yemeklerin lezzetli ve kaliteli olduğu hissini uyandırmaktadır.

Tablo 3 incelendiğinde, Gökçeada'da faaliyette bulunan müzelerin estetik değeri ile turistlerin tatmini ($r= -0.410$) arasında orta derecede negatif ilişki görülmektedir. Çelik Yetim ve Umur'a (2016: 559) göre turistlerin müze deneyiminde, görünümü, dekorasyonu, kokusu, ses donanımını içeren fiziksel unsurlar gibi estetik değerler ziyaretçilerin tatmin derecelerini etkilemektedir.

Hediyelik eşya satan işletmelerin estetik değeri ile turistlerin tatmini ($r=-0.501$) arasında yüksek derecede negatif ilişki bulunduğu tablo 3'te görülmektedir. Hediyelik eşya satan bir işletmede iş yeri dahil, ürünlerin üretimi ve satış aşamasında objelerin özgünlüğü, otantikliği, estetikliği ve

kullanışlılığı, işçiliği gibi önemli faktörlere dikkat edilmesi gerekmektedir. Trinh ve arkadaşlarına (2014, s. 276) göre, hediyelik eşya satan işletmelerde eşsiz olmak ve özgünlük, işçilik, kültürel ve tarihi bütünlük, yerel işçilik olarak görülen estetik gibi unsurlar müşterinin alışveriş deneyimlerinin üzerinde etki yaratmaktadır. Araştırma paket turla Gökçeada'yı ziyaret eden Türk turistlerle sınırlanmıştır. Türkiye'nin diğer yavaş şehirlerinde araştırmanın yapılması farklı sonuçlar ortaya çıkarabilir. Gökçeada'da 2 gün kalan turistlerin görüşlerinin değerlendirmesi, araştırmanın sınırlılıkları içerisinde yer almaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı yavaş şehirlerde turistik işletmelerinin estetik değerini belirlemek ve turistlerin tatmini üzerindeki etkisini ortaya çıkarmaktır. Bu amacın ortaya çıkarılabilmesi için Zhang (2008, s. 175)'ın geliştirdiği estetik değer ölçeği kullanılarak elde edilen anketler değerlendirmeye alınmıştır. Araştırmanın ilk aşamasında turistlerin demografik özellikleri incelemeye alınmıştır. İncelemede cinsiyet bakımından bayan turistlerin tur gezilerine daha ağırlıklı katıldıkları ortaya çıkmıştır. Gökçeada tur gezilerine katılanların üniversite ve üstü bir eğitim düzeyine sahip olmaları demografik açıdan elde edilen diğer önemli sonuçtur. Maattanen (2017, s. 5)'e göre eğitim faktörü estetik değer algısında önemli rol oynamaktadır. Bu çalışmada katılımcıların eğitim seviyesinin yüksek olmasının turistik işletmelerinin estetik değerinin belirlenmesinde fayda sağladığı düşünülmektedir.

Araştırmanın ikinci aşamasında, Gökçeada'daki turistik işletmelerinin estetik değerini belirlemek için faktör analizi yapılmıştır. Her bir bileşenin estetik değerini kapsayan görsel çekicilik, iç mimari yapı, dış mimari yapı, dekorasyon, renkler, koku ve kullanılan fon müziği faktörleri, istatistik yöntemle incelenmeye alınmış ve geçerli faktör yüklerine sahip oldukları sonucuna varılmıştır. Gökçeada'da turistik işletmelerinin estetik değer bileşenleri ile turistlerin tatmini arasında ilişki bulmak için korelasyon analizi kullanılmıştır. Sonuca göre Gökçeada'da faaliyet gösteren konaklama ve restoran işletmeleri, yerel ürün satan işletmeler ve tur otobüsleri ile turistlerin tatmini arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Bu çalışmada faaliyet gösteren müze ve hediyelik eşya satan işletmelerin estetik değeri ile turistlerin tatmin düzeyi arasında negatif ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Turistlerin elde ettikleri her bir deneyim seyahat süresince edinecekleri toplam deneyimi etkilemektedir (Lin ve Kuo, 2016, s. 84). Tarihi yerler ve müzeler kültürleri yansıtan turistik değerlerdir (Uchiyama ve Kohsaka, 2016, s. 67). Özellikle yavaş şehirlerde tarihi ve kültürel mirasları tanıtmak için müzeler güçlü tanıtım silahları olmalıdır. Gökçeada'da müzelerin estetik değerinin artırılması, kültür turistleri tarafından daha çok ziyaret edilmesini sağlayacaktır. Estetik değere ilişkin sürekli yeniliklerin yapılmasının ve müzelerin zenginleştirilmesinin, turistleri seyahat etmeye iten bir motivasyon olacağı düşünülmektedir. Ek olarak, sadık turist profilinin oluşturulmasına katkıda bulunarak ziyaretçi sayısını arttıracaktır.

Turistik işletmeleri etkin pazarlama stratejileri yürütme kapsamında, turistleri duygularını güdüleme yoluyla harekete geçirmelidirler. Rutin seyahat anlayışından sıkılan, günlük hayatın monoton tekrarlarından uzaklaşmak isteyen turistler özellikle yavaş şehirlerde fantezilerini ve hayallerini tatmin edecek, kısa süreli olsa mekana bağımlı, farklı kimlik edinme açlığını dolduracakları, eğlence duygusuyla baştan aşağı sarmalanacakları, etnik kültürün sunduğu ürünlere ve hizmetlere yönlendirilmelidirler. Panait (2013, s. 84)'e göre, bir şehre karşı anlamlı öz bilinç oluşturmak, şehrin sakinlerinin deneyim ve hatıralarının sonucunda gelişmektedir. Böyle bir ilişki, yaşanabilir, sürdürülebilir ve yerel kimlik ve geleneklerin korunduğu yüksek bir farkındalık yaratmaktadır. Bu bağlamda, yavaş şehirlerde faaliyette bulunan turistik işletmeleri estetik değere önem vererek turistlere özgün ve otantik tatil deneyimi yaşatabilirler.

Yavaş şehir kriterlerine göre, yöreye ait özgün el sanatları ve yerel ürünlerin korunması ve gelişmesi gerekmektedir. Özgün turistik hediyelik ürünlerin çekicilik ve çeşitliğini artırmak için ada da sayısı giderek azalan el sanatların korunması ve canlanması ön şarttır. Bunun için Gökçeada da yöreye özgün çeşitli el sanatları kurslarının faaliyete geçmesi, üniversitelerin yerel yönetim ve halk eğitim merkezleriyle birlikte projeler yapması yöre halkının bu konuda bilinçlenmesine katkıda bulunacaktır.

Yavaş şehirlerde turistik işletmelerin estetik değerini ele alan literatür oldukça yenidir. Yavaş şehirlerde turizm faaliyetleriyle deneyimlerini gerçekleştirmek isteyen turistlere unutulmaz anlar yaşatabilmek için, turistik işletmelerde estetik değer literatürü üzerinde çalışmalar yapılması önerilmektedir. Yavaş şehirlerde, turistlere farklı his ve duygulardan oluşan deneyimsel değerlerin sunulması, bu şehirlerde planlanan sürdürülebilir turizm için katkı sağlayacaktır.

Turistik işletmelerde estetik değer literatürü yavaş şehirlerde uyarlanarak bu destinasyonlarda deneyimsel değeri de belirlenebilir. Yavaş şehirlere gelen yerli ve yabancı turistlerden elde edilen verilerle her bir destinasyon, deneyimsel değer bağlamında tanımlanabilir. Yavaş şehirler kümelendirilebilir. Yavaş şehirlere tur paketi hazırlamada, edinilmek istenen deneyime göre bir ya da birden fazla yavaş şehir kapsayan deneyimsel tur programları oluşturulabilir. Araştırmanın uygulandığı turizm pazarı veya yavaş şehir değiştirilerek sonuçların karşılaştırılması, yavaş şehirlerdeki turistik işletmelerde estetik değer faktörlerinin derinlemesine incelenerek literatürün zenginleştirilmesi gelecekteki çalışmalara da önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Alvarez, M. and Asugman, G. (2005). Explorers versus planners, a study of Turkish tourists. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 319-338.
- Baker, J. (1986). *The role of the environment in marketing services: the consumer perspective*. Chicago: American Marketing.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Chang, K. C. (2016). Effect of servicescape on customer behavioral intentions: moderating roles of service climate and employee engagement. *International Journal of Hospitality Management*, 53(February), 116-128.
- Çelik Yetim, A. ve Umur, M. (2016). Turist rehberleri bakış açısıyla müze deneyimi: göreme açık hava müzesi örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(14), 559-617.
- Çelik Yetim, A. ve Umur, M. (2016). Turist rehberleri bakış açısıyla müze deneyimi: göreme açık hava müzesi örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(14), 559-617.
- Cheng, J. S., Tang, T. W., Shihe, H. Y. and Wang, T. C. (2016). Designing lifestyle hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 58 (September) 95-106.
- Chick, G. (2009). Culture as a variable in the study of leisure. *An Interdisciplinary Journal*, 31(3), 305-310.
- Countryman, C.C., Jang, S. (2006). The effects of atmospheric elements on customer impression: the case of hotel lobbies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18 (7), 534-545.
- Çelik Yetim, A. ve Umur, M. (2016). Turist rehberleri bakış açısıyla müze deneyimi: Göreme açık hava müzesi örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(14), 599- 618.
- Doğaner, S. (2013). *Yeni otel tasarımı, turizm ve rekreasyon yapıları*. Vitra Çağdaş Mimarlık Dizisi 2. İstanbul.
- Dujmović, M and Vitasović, A. (2015). Postmodern society and tourism. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 3(9-10), 192-203.
- Durna, U., Dedeoglu, B. B., Balıkcıoğlu, S. (2015). The role of servicescape and image perceptions of customers on behavioral intentions in the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(7), 1728-1748.
- Duymaz, R. (2005). Sezai Karakoç'un estetiği: estetik değer. *Uluslararası IV. Dil, Yazın ve Değişim Bilim Sempozyumu Bildirileri, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Fakültesi*, 449-465.
- Ekinci, M. B. (2014). The Cittaslow philosophy in the context of sustainable tourism development; the case of Turken. *Tourism Management*, 41(April),178-189.

- Farhadi Andarabi, F. (2012). *Cittaslow markasına sahip şehirlerde yerel halkın turizme yaklaşımı üzerine bir analiz: Seferihisar örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Farhadi Andarabi, F., Altunöz, Ö. ve Hassan, A. (2014). Cittaslow şehirlerde yerel halkın turizme yaklaşımı: Seferihisar örneği. *Eko-Gastronomi Dergisi*, 1(1), 69-86.
- Gürsel, E. (2001). *Urun tasarımında estetik değer ve tüketicilerin satın almada etkisi, cep telefonu pazarlamadan bir örnek*. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güzel, F. Ö. (2014). Postmodern çağ tatil deneyimlerinde hazcı tepki basamağı çıktısı olarak temalı oteller. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 7(13), 1-15.
- Hatipoğlu, B. (2015). Cittaslow: quality of life and visitor experiences. *Tourism Planning & Development*, 12(1), 20-36.
- Holbrook, M. B. (1994). *The nature of customer value: An axiology of services in the consumption experience*. Newbury: Sage Publications.
- Holbrook, M. B. (1999). *Consumer value: a framework for analysis and research*. New York: Routledge.
- Holbrook, M. B. and Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspect of consumption: consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132-140.
- Jones, D. L., Day, J., Quadri-Felitti, D. (2013). Emerging definitions of boutique and lifestyle hotels: a Delphi study. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(7), 715-731.
- Koç, H. ve Topaloğlu, M. (2012). *İşletmeciler için yönetim bilimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kozak, N. (2006). *Turizm pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Lee, T.J. (2011). Role of hotel design in enhancing destination branding. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 708-711.
- Lin, I.Y. (2004). Evaluating a servicescape: the effect of cognition and emotion. *International Journal of Hospitality Management*, 23(2), 163-178.
- Lin, C. H. and Kuo, B. Z. (2016). The behavioral consequences of tourist experience. *Tourism Management Perspectives*, 18(April), 84-91.
- Littrell, M., Anderson, L. and Brown, P. (1993). What makes a craft souvenir authentic? *Annals of Tourism Research*, 20(1), 197-215.
- Maattanen, P. (2017). Emotions, values, and aesthetic perception. *New Ideas in Psychology*, 1-6.
- Mathwick, C., Malhotra, N. and Ridgon, E. (2001). Experiential value: conceptualization, measurement and application in the catalog and internet shopping environment. *Journal of Retailing*, 77(1), 39-56.
- Meyer, C. ve Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard Business Review*, 85(2), 116-126.
- Oh, S. (2008). *The dimensions of customer experience and the effect of customers channel choice on customer experience*. Doctor of Philosophy Thesis, Purdue University West Lafayette, Indiana.
- Oral, S. ve Çelik, A. (2013). Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin estetik deneyimleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 170-190.
- Özdamar, K. (2001). *SPSS ile biyoistatistik*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Panait, I. A. (2013). *From futurama to Cittaslow, slowing down in a fast world*. Master Thesis of MSc, Wageningen University, Netherlands.
- Pine, B. J. ve Gilmore, J. H. (1999). *İş hayatı bir tiyatro* (çev. Levent Cinemre), İstanbul: Boyner.
- Pizam, A. (2015). Lifestyle hotels: consistency and uniformity vs. individuality and personalization. *International Journal of Hospitality Management*, 46(April), 213-214.
- Rutes, W. A., Penner, R., H. ve Adams, L. (2001). Challenges in hotel design: planning the guest-room floor. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(4), 77-88.
- Santana-Jiménez, Y. and Hernández, J. M. (2011). Estimating the effect of overcrowding on tourist attraction: The case of Canary Islands. *Tourism Management*, 32(2) 415-425.
- Sarıbaş, Ö., Kömürcü, S. ve Güler, M. E. (2016). Yavaş şehirlerde yaşayan z kuşağının çevre ve sürdürülebilir kalkınma algıları: Seferihisar örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 107-119.

- Schmitt, B. (1999). *Experiential marketing*. New York: The Free.
- Sekaran, U. (2000). *Research methods for business: a skill-building approach*. UK: Wiley & Sons.
- Soyak, M.(2013). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye’de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*,4(Haziran), 1-18.
- Strannegard, L. and Strannegard, M. (2012). Works of art: aesthetic ambitions in design hotels. *Annals of Tourism Research*, 39(4),1995–2012.
- Sulek, J. M. and Hensley, R. L. (2004). The relative importance of food, atmosphere, and fairness of wait: the case of a full-service restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 235-247.
- Tekin, M. ve Ardahan, F. (2006). Bireylerin tatile çıkma sebepleri, Türkiye’nin ve tatil yapılan yörelerin tatil çekim yeri olarak tercih edilme nedenleri. *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 1-21.
- Trinh, T. T., Ryan, C. and Cave, J. (2014). Souvenir sellers and perceptions of authenticity, The retailers of Hôi An, Vietnam. *Tourism Management*, 45(December), 275-283.
- Tüz, Ö. (2017). Yiyecek içecek işletmelerinde rekabet edilebilirlik: mimari bir bakış açısı. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(1), 137-146.
- Uchiyama, Y. and Kohsaka, R. (2016). Cognitive value of tourism resources and their relationship with accessibility: A case of Noto region, Japan. *Tourism Management Perspectives*, 19(Part A, July), 61–68.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yanar, A. ve Özkan Tağı, S. (2014). Burdur iline ait coğrafi işaretlerin belirlenmesi ve özgün turistik hediyelik eşya tasarım önerileri. *Teke Yöresi Kültürel Değerleri Özel Sayısı*, 29-41.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, Y. (2011). Müze ziyaretçilerinin hizmet kalitesi algılamaları: Göreme açık hava müzesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(2), 183-193.
- Yıldırım, Y. (2015). Tüketici davranışları bağlamında Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinin yeniden incelenmesi ve gösterişçi tüketim. *International Journal of Social Science*, 40(Number), 403-428.
- Zhang, J. (2008). *Brand experiential value scales for limited-service hotels*. Unpublished Doctoral Dissertation. Indiana: Purdue University.

THE VILLAGE-BASED DETERMINATION OF ECOTOURISM POTENTIALS OF THE KÜRE MOUNTAINS NATIONAL PARK

Assoc. Prof. Dr., Sevgi GÖRMÜŞ
Bartın University, Faculty of Forestry/ İnönü University, Faculty of Fine Arts and Design
sevgigormus@gmail.com

Prof. Dr. Erdoğan ATMİŞ
Bartın University, Faculty of Forestry

Asst. Prof. Dr. H. Batuhan GÜNŞEN
Bartın University, Faculty of Forestry

Asst. Prof. Dr. Mustafa ARTAR
Bartın University, Faculty of Forestry

Asst. Prof. Dr. N. Kaan ÖZKAZANÇ
Bartın University, Faculty of Forestry

Research Asst. Serhat CENGİZ
İnönü University, Faculty of Fine Arts and Design

Abstract

So as to develop ecotourism as an important opportunity for rural development and nature conservation, primarily researches for determination of the ecotourism potential and solutions for rural poverty problems of the region is needed. This study was accomplished to identify and promote the cultural and natural values of which meant the source of ecotourism including the villages located along the buffer zone of Küre Mountains National Park (KMNP).

Based on a comprehensive literature study, ecotourism potential of villages was evaluated by a team of different fields of expertise via fieldworks and the notes taken at face-to-face conversations with villagers and the Heads of Villages including photographs taken at the site. The presentations prepared for each village were evaluated and the villages were scored after mutual conversations. Considering the ecotourism potential of the villages, three groups are allocated according to priority. 15 in the primary priority group, 13 in the second group and 29 in the third group are listed. An action plan has been developed on the basis of the territories where the villages are located and on the total area.

It is clear that researches which will determine ecotourism potential for rural development and nature conservation and the ones of which provide solutions to rural poverty problems should be defined correctly. It is believed that this study may constitute an important base for the right definition of the relationship between protected areas and ecotourism experiences in our country.

Keywords: Ecotourism Potential, Rural Development, Protected Area, Kure Mountains National Park, Turkey

KÜRE DAĞLARI MİLLİ PARKI'NIN EKOTURİZM POTANSİYELİNİN

KÖY BAZINDA TESPİTİ

Özet

Kırsal kalkınma ve doğa koruma için önemli bir olanak sağlayan ekoturizmin gelişmesi için öncelikle yörenin ekoturizm potansiyelini belirleyecek ve kırsal yoksulluk problemlerine çözüm üretecek araştırmalara gereksinim vardır. Bu çalışma; Küre Dağları Milli Parkı (KDMP) tampon bölgesinde bulunan köylerin ekoturizm kaynaklık edecek kültürel ve doğal değerlerini köy bazında tespit etmek ve tanıtmak amacıyla yapılmıştır.

Kapsamlı bir literatür çalışmasına dayandırılan bu çalışmada, yapılan saha gözlemleri, köy muhtarları ve köylülerle yapılan yüz yüze görüşmelerde tutulan notlar ve sahada çekilen fotoğraflar dikkate alınarak, farklı uzmanlık alanları olan çalışma ekibi tarafından köylerin ekoturizm potansiyeli değerlendirilmiştir. Değerlendirmede her köy için hazırlanan sunumlar irdelenmiş ve karşılıklı görüşler bildirilerek köyler puanlandırılmıştır. Köylerin ekoturizm potansiyelleri göz önüne alınarak öncelik sırasına göre üç gruba

ayrılmıştır. Birinci grupta 15, ikinci grupta 13 ve üçüncü grupta 29 köy yer almıştır. Köylerin yer aldığı bölgeler bazında ve alanın bütününde eylem planı geliştirilmiştir.

Kırsal kalkınma ve doğa koruma için yörenin ekoturizm potansiyelini belirleyecek ve kırsal yoksulluk problemlerine çözüm üretecek araştırmaların doğru tanımlanması gerektiği açıktır. Bu çalışmanın ülkemizdeki korunan alan ve ekoturizm deneyimleri arasındaki ilişkinin doğru tanımlanmasında önemli bir altlık oluşturabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm Potansiyeli, Kırsal Kalkınma, Korunan Alan, Küre Dağları Milli Parkı, Türkiye

1.INTRODUCTION

The rural areas are the places where human beings interact with nature (Berkowitz, 2000). In these areas, while agriculture and forestry are the most common industries, along with that tourism and handcraft activities are performed as well. Because of their importance in terms of ecology, these are the spaces that also urban people continuously interact (Uzunpınar, 2008).

Being defined as initiatives developed for sustaining the rural areas and improving life quality of the rural society, rural development (Turhan, 2005) means increasing access to decent living conditions for the rural people (Diaror, 2008), supporting demands for change based on development, for individuals discovering one's self-power, ensuring a fair income distribution, increasing income, expanding access to education and health services, using natural resources by preserving them, and bringing the richness of rural area to the life of an individual in the countryside (Ekin, 2008). In addition, the rural development is defined as "a process which allows combining the attempts of small communities for improving their economic, social, cultural conditions and the government's efforts concerning this issue, to integrate these communities with the rest of the nation and include them in national development efforts (Gülçubuk, 2006).

The common aspect of the rural development policies at the national and international level in various scales is to immediately improve the working and living conditions of the rural communities. Therefore, extending the ecotourism studies that serve to protect the environment and the natural resources and increase employment is concerned as a primary target.

The starting point of the ecotourism characterized as "a conscious tourism in terms of economic efficiency, social responsibility and natural environment..." is to "minimize its effect on environment without harming the economic basis of tourism." (Tekin, 1991; İnceoğlu and Aysu, 1992; Atmış, 1994).

Being referred as soft tourism, green tour, nature based tourism, environment-friendly tourism, alternative tourism, responsible tourism, etc. and known as an "ecology-based" tourism activity, the ecotourism "is a kind of tourism which aims to preserve natural and cultural values, includes promotion and training activities that allow to introduce these values to people together with their functionality, and embraces several events that promote small-scale and individual activities instead of larger ones (Simpson, 1993). Ecotourism is defined by the International Union for Conservation of Nature (IUCN) as "a segment of tourism that involves travelling to relatively undisturbed natural areas with the specific objective of admiring, studying and enjoying the scenery and its wild plants and animals, as well as any existing cultural features, both past and present, found in these areas... [and] that advances or supports the conservation of natural and cultural resources of protected areas" (Cobb, 1992).

In the World Ecotourism Summit, held in Canada, Quebec City, the distinctive features of ecotourism are listed as following (Kuvan, 2012): Active contribution to the conservation of natural and cultural heritage, contribution to the wealth of local people, inclusion of local people to planning, developing and operation stages, informing visitors on natural and cultural heritage, offering better opportunities to individual tourists as well, along with the participants of small group tours.

The Küre Mountains National Park (KMNP) is located on the Küre Mountains, Western Black Sea part of the Black Sea region. The National Park has an area of 37,753 ha in total, while 19,129 ha of it resides on Bartın province, the remaining (17,871 ha) falls within Kastamonu province. Diverse

features of the area, designated as national park in the year of 2000, have nationally, regionally or internationally significance; for instance its endemic and local culture have a regional importance, whereas its animal species, geological structure and old-growth forests have an international importance, and also its recreational and tourism values have a national significance (Akbulut, et al. 2015). Based on these features, two primary target of the national park management are to conserve the biological diversity and to protect the landscape and its unique karstic geomorphology (narrow valleys, etc.). The most prominent facts threatened the national park are poverty of the people resided in the vicinity of the national park and growing fragmentation of the landscape around it due to investments (Görmüş, 2013).

One of the critical solutions which will eliminate the poverty of local people and contribute to rural development is to project the local ecotourism activities so as to benefit from the potentials of the natural park. At this point, along with the natural and cultural values embodied in the park, the natural and cultural values of the nearby villages should be determined as well (Görmüş, et al., 2015). This study is intended to appoint the village-based ecotourism potential of the villages located in the buffer zone in Bartın side of the Küre Mountains National Park.

2.THE MATERIAL AND THE METHOD OF THE STUDY

The internationally important Küre Mountains National Park and its buffer zone host great examples of wildlife in the endangered “Black Sea Moist Karst Forest” ecosystem, and it ranked among 9 protected areas from Turkey in the “100 Forest Hotspots” of European forests list - forests that need urgent protection - which was selected by WWF in 1999 (Lise, 2011). The Küre Mountains National Park (KMNP) has importance both at the national and international level as well as to its rich ecosystem, intact nature, social structure, history and cultural history. KMNP is one of the 311 Key Biodiversity Areas in Turkey (UNDP, 2010). The National Park was selected as one of the Important Plant Areas in Turkey of 122 Key Botanical Sites by WWF (KMNP, 2012). Also, according to the World Wide Fund for Nature (WWF), it is a part of “Northern Anatolia and Caucasus Temperate Forests”, one of the Global 200: Priority Ecoregions for Global Conversation.

In order to ensure the integrity of natural sites and tourism/recreational sites, and the applicability of the plan; the Küre Mountains National Park were segmented based on intact level of the natural structure, endemism, ecological and biological importance, human activities, effects of natural disasters and land use pattern. With regional segmentation, by determining an absolute preservation area, a critical preservation area, a sustainable use area, a controlled use area within the park and a buffer zone around the park, developing proper specific plan decisions for these areas and defining human activities, it's aimed to apply restriction and control based on areas, ensure the applicability of the plan decisions, and improve the administrative organization (UDGP, 2012).

KMNP is regarded as one of the most abundant points in terms of canyons and caves in Turkey. The region where the Küre Mountains extends is considered as the second important karstic area of Turkey after the Taurus Mountains (WWF, 2010; Akbulut et al., 2015).

Around the Küre Mountains National Park, within the residential areas belong to Bartın and Kastamonu provinces 221,000 inhabitants live in total. 30% of the population resides in urban whereas the remaining (70%) lives in the rural areas (Görmüş, 2012).

Since the Küre Mountains National Park, extended on the east-west direction in the Western Black Sea Region, constitutes a physical and social barrier (borderline) for its surroundings, there is no settlement within its borders. In the Long-Term Development Plan of the National Park (UDGP), it is observed that the total population of 123 villages within the borders of Kastamonu (Azdavay, Pınarbaşı, Şenpazar and Cide districts) and Bartın provinces (Centrum, Kurucaşile, Amasra and Ulus districts) which approved as the buffer zone has decreased in the recent thirty years (Görmüş, 2017). The basic means of living for the villages in the buffer zone are forestry, agriculture, beekeeping, woodwork, weaving, collecting non-wood forest products (NWFP) and tourism. Having a rich cultural history reveals the folkloric tourism potential of the region. The cultural values which may be subject to tourism activities of the region comprise traditional products, organic food market, historical

houses, and waterfalls, etc. Within KMNP, there is an Information Center in Centrum district/Söğütlü Village and a Visitor Center in Ulus district/Ulukaya Village in Bartın province, and an another Visitor Center in Pınarbaşı district in Kastamonu province. The entrance gates of the national park are in Kurucaşile (Kapısıyu and Paşalılar), Centrum (Arit/Çöme Gorge), Ulus at Bartın side and Pınarbaşı, Azdavay, Şenkaya and Cide at Kastamonu side.

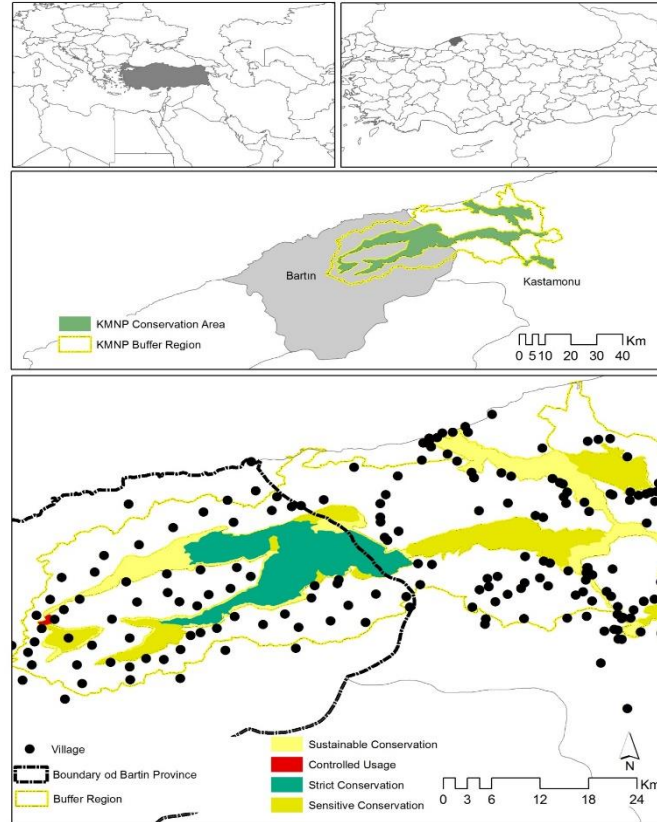


Figure 1. Location map, and segments and village settlements in the Küre Mountains National Park

In this study, not only the villages reckoned within the buffer zone in Long Term Development Plan (UDGP) were taken into consideration. Also, by overlapping the borders of the villages and the buffer zone, the villages whose borders match with the buffer zone were included as well. Accordingly, 71 villages in total within the buffer zone located in Bartın side of KMNP were investigated (Figure 1). On the report of TUIK (2014), total population of these villages is recorded as 17.015: totally 9069 people in 27 villages of Bartın-Arit region, 3954 people in 26 villages of Ulus region, 2785 people in 14 villages of Kurucaşile region, and 1207 people in 4 villages of Amasra region. Due to problems on gathering data and accessing local people, 4 villages of Amasra region were excluded and ecotourism potential of 67 villages could be determined.

The methodology of the study was structured based on targets which aims to extend participation. Comprised of planning studies, visualization studies and meetings, the three stages are interlinked and each stage supports the previous one through a feedback mechanism (Figure 2).

The planning studies: The Priorities and the objectives of each plan were proposed by analyzing physical and strategic plans regarding the area.

The Visualization Studies: The village information survey created at the stage of detecting rural landscape structure, the proposed ecotourism activities (national, regional and local actions), the location of the proposed activities in the KMNP Management Plan and the village settlements were mapped via Arcview 9.1. geographic information system software. Based on slope, aspect and altitude, a suitability analysis was performed for trekking paths and tour routes.

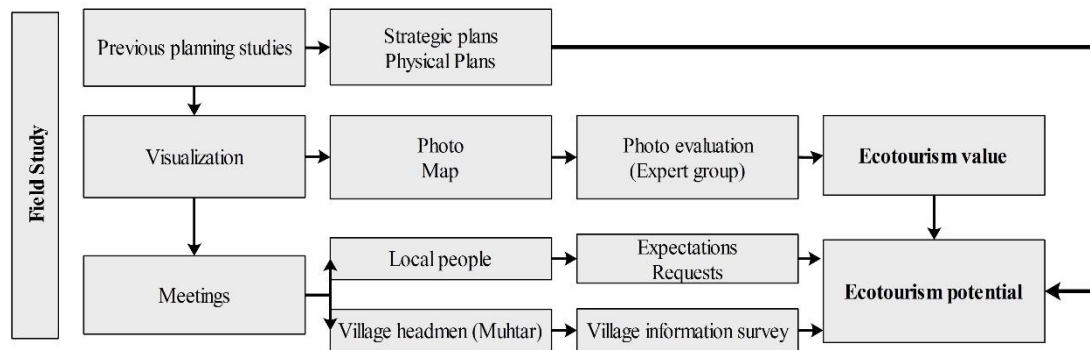


Figure 2. The methodology of the study

The meetings: In 2015 February and March, seven meetings in total were held under the title “Village Design Guides Workshops” for informing the relevant stakeholders by analyzing national, regional and local strategies/documents on rural landscape structure and ecotourism potential of the area, as well as survey data from field studies, and photography studies (Figure 3). These meetings were took place with the participation of different interest groups such as public institution representatives, non-governmental organizations, field-guides, private sector, tourism operators, and village communities. At the end of the village meetings, individual interviews with the village headmen (muhtar) were conducted regarding confirmation of the village information survey (Table 1), the presence of ecotourism substructure, and how it can be enhanced.



Figure 3. Meetings with public institutions, local people and village headmen

Table 1. The variables of the village information survey

Topography	Slope, altitude, erosion factor
Substructure	Accessibility, access to basic services, the number of household in the village, the number of empty residence, gastronomy facilities
Distance	Distance of the village to the wood production area of forest enterprises, distance to the national park, variety of attraction places, distance to village center and accessibility
Economy	Mining, animal production, plant production, marketing, means of living in the area, female labor etc.
Population	Population of the village, rate of youth, elderly, and disabled population
Recreation	Values of rural life, available recreational activities, number of attraction places

Ecology	Wildlife, flora/endemic
Social life	Personal skills of the village residents, social interaction, being organized, economic activities of the immigrants from village in their residential places

Determining ecotourism potential of the village: Ecotourism potential of the villages were determined by a project team which consists of various specialists from various areas, through evaluating the objectives proposed in planning studies, expectations of local people, field observations of professionals, demands of local people, the village information survey and photography study. These evaluations were carried out firstly by probing presentations prepared for each village, then upon an interactive opinion statement, and as a result of rating the villages by different specialists. The scale used for rating system was designed based on Likert scale.

3. FINDINGS

In the study, the villages located within the Küre Mountains National Park Buffer Zone were analyzed by segmenting four different regions; Bartın-Arit, Ulus, Kurucaşile and Amasra. Although in the Long-Term Development Plan of the Küre Mountains National Park, it is stated that there are 54 villages within the buffer zone, during mapping and visualization studies 71 villages in total were detected within Bartın side of the KMNP Buffer Zone and these villages were included in the study.

From Amasra district, only Acarlar, Çanakçılar, Şükürler and Yukarısal villages are located within the KMNP Buffer Zone. Due to absence of the village headmen in meetings during project studies, it couldn't be possible to gather sufficient data from Amasra Region. Therefore, evaluations concerning these villages couldn't be performed in this study.

3.1. Bartın Centrum-Arit Region

In Bartın section, partially-interconnected wide valley floors and plains in various sizes were formed due to segmentation of a wide valley, extended from Küre Mountains to Bartın city center, by small hills. It is seen that agricultural areas (garden cultivation and greenhouses) and pastures cover the plains. Floras and poplar gardens along the rivers on plains and valley floors form a linear corridor.

Arit region intensely hosts high rocks, a characteristic feature of the Küre Mountains National Park, due to its bowl-shaped topography. Besides, trekking paths, tour routes and daily use areas accumulate in this region. The landscape texture of the region comprise of pastures, rocks and valleys. The Zoni Upland, The Gürdek Rocks, The Çöme Gorge, The Arit and The Karadere Valleys are important characteristic areas. The Karadere Valley and The Zoni Upland are among the regions in which the bear population is high.

Out of the villages located in the KMNP Buffer Zone and belong to Bartın Centrum district, 27 of them interact within this region. In Table 2, local people stated their opinions regarding attractive places for ecotourism, the places correlated with their village and used by them.

Table 2. The Villages and the attractive points for ecotourism (Bartın Centrum and Arit Region)

Villages	Attraction Points for Ecotourism
Aydınlar Village	The Gürdek Rocks, wooden houses, caves, water basins, haylofts
Cöcü Village	The Üçdiş Rock
Çöpbey Village	Spring water
Darıören Village	Stone cemetery, fresh fish restaurant
Fırımlı Village	The Gölderesi and Gökyer Waterfalls
İmamlar Village	Areas suitable for eco-agriculture, wooden houses

Kumaçorak Village	The Kuduzlar Castle
Ören Village	Caves
Sögütlü Village	The Zoni Upland, Göçükkaya, The Karagöl Brook, Ayiini Waterbed, Little Rock, Kayabaşı, the Gürdek Rocks, Atakdibi recreation area
Turanlar Village	Wooden Houses, the Zoni Upland, the Ayı Lake Cave, the Church Rocks
Yeni Village	Cave, Wooden House
Yukarışeyhler Village	The first observation point of the Artı Water Basin

3.2 Ulus Region

Ulus locates in the southern part of the Küre Mountains National Park. The region is widely covered with mixed forests. The villages are settled on hillsides. Due to the topographical structure, the mixed forests and the aspect, autumn colors offer a spectacular landscape watching. The remarkable characteristic elements of the region are the Drağna Valley, the Ulukaya Canyon and Waterfall, the Ulus Brook, the Kemerli Cave and the Köklü Monastery. In Ulus district, there are 26 villages located within the KMNP Buffer Zone. The prominent villages in terms of ecotourism and attractive points for ecotourism in the region are shown in Table 3.

Table 3. The Villages and the attractive points for ecotourism (Ulus Region)

Villages	Attraction Points for Ecotourism
Ulus (Centrum district)	The Hasandede Religious Tomb and Mosque, the Kocagöz Mansion and Bathhouse, the Tophan and Altaş Mills, historical houses, trekking paths in forest, water tank
Abdurrahman Village	School, village mansion and its vicinity, mosques and around, village fountains
Arpacık Village	Small caves
Aşağıçamlı Village	The Kemerli Cave, vertical and horizontal caves, old forests, The Gavur Bazaar, The Aşağı (Down) Bazaar.
Aşağıçerçi Village	Küre Mountain Hut, mill
Aşağıdere Village	Historical church stones, nail-free village warehouses made of wood
Aşağıköy	Religious tombs, mills
Çubukbeli Village	Mill, Religious Tomb
Dörekler Village	School garden, rocks
Düzköy	Kadıharmanı, Kokurdan, village mill
İbrahimderesi Village	The Mill Waterfall, fresh water lake and picnic area
İğneciler Village	Waterfall, Odalaryanı, the Buz (Ice) Cave
Kadıköy	Valley landscapes
Karahasan Village	The Uzun (Long) Bazaar, the Gavur Bazaar
Kozanlı Village	The Kozanlı Central Bazaar, the Kozanlı ground water

Köklü Village	Religious tombs, snow well, the Keyfan Cave, the Köklü Monastery
Ulukaya Village	Waterfall, canyon, mill, and religious tomb
Yukarıdere Village	Waterfalls, caves, traditional architectural works

3.3 Kurucaşile Region

Harboring hills and valleys, the most important characteristics of Kurucaşile Region are its coastal areas, narrow valleys and old forests. The Kapısuyu Valley, the Kapısuyu Beach, the Kapısuyu Brook and high viewpoints (Kömeç, Ziyaretköy and Kaleköy) are among its significant landscape features. Within the KMNP Buffer Zone, there are 14 villages of Kurucaşile. The attraction points for ecotourism within the region's villages are shown in Table 4.

Table 4. The Villages and the attractive points for ecotourism (Kurucaşile Region)

Villages	Attraction Points for Ecotourism
Aydoğmuş Village	The Köktence Waterfall, the Taşlı Boğaz Waterfall, the Up and Down Cascade, Local Fish Species of Freshwater
Başköy	Wildlife viewpoints, waterfalls, spring water, village mill, wooden bridges, panoramic viewpoints
Çayaltı Village	The Örencik Cave, the Kumlucu Path, Dalıdor, the Dikmen Waterfalls, the Tekkeönü Beach, pathways
Demirci Village	The Dede Rock, the Ambar Rock
Dizlermezeci Village	The Genek Stream Waterfall, the Gölderesi Waterfall, 100 years old hazel tree gardens, 100 years old wooden houses, old warehouses, the Mezeci Coffeeshop, the Paşa Castle, the Asar Castle, the Gökköy Mill, bakeries, cascades, waterfalls, lakes, mills, routes in nature
Kömeç Village	Nature and wildlife, valley landscape viewpoint
İlyasgeçidi Village	Waterfall, century-old plane tree, hazel tree gardens
Kapısuyu Village	The Kapısuyu Beach, <i>Pancreatum maritimum</i> plant, the Akperi Rocks, the Kapısuyu Brook, seascape, mountain landscape, forests, mill, boat manufacturing
Kavaklı Village	The Göldere Waterfall, the Gökyer Waterfall, the Gelin Rock
Paşahlar Village	Historical ruins, wooden houses, stone houses, walkway (path)
Sarıderesi Village	The Kayabaşı Brook, the Alukaya Cave, Kokcüvez, ground water, waterfalls, mills, village house decoration
Şabanlar Village	The Old Küre Mountains, mosques, chestnut oven, Lake Kocagök
Tekkeönü Village	Wooden boat workshops, hillsides overlooking the sea, shore, beach, historical ruins, old neighborhood roads

Yeniköy	Chestnut tree gardens
---------	-----------------------

3.4. Classifying Ecotourism Potentials of The Villages

As a result of the evaluation on 67 villages by the research team, three potential ecotourism classes are defined accordingly; “very high”, “high”, and “normal”. Upon this evaluation, it is found that among 15 villages which have “very high” ecotourism potential, 3 villages locate in Bartın-Arıt Region, 9 of them locate in Ulus Region and 3 of them locate in Kurucaşile Region. The number of the villages which have “high” ecotourism potential is 4, 6 and 3 in Bartın-Arıt region, Ulus region and Kurucaşile Region respectively. Most of the villages classified within “normal” ecotourism potential reside in Bartın-Arıt and Ulus Region. While the villages in the class of “high” and “very high” ecotourism potential accumulate mostly in Ulus Region, and the villages classified as “normal” cluster mainly in Bartın-Arıt Region. The villages in Kurucaşile Region exhibit an even distribution between very high, high and normal ecotourism potential classes (Table 5; Figure 4).

Table 5. Ecotourism potential of the villages in the region

Ecotourism potential	Villages	Regions
The villages having very high ecotourism potential	Çöpbey, Ören, Söğütlü	Bartın-Arıt Region
	Alıçlı, Aşağıçamlı, Aşağıçerçi, Aşağıdere, Çerde, Çubukbeli, Kadıköy, Şirinler, Yukarıdere	Ulus Region
	Kavaklı, Kaleköy, Kapısıyu	Kurucaşile Region
The villages having high ecotourism potential	Darıören, Karaköyşeyhler, Kayacılar, Turanlar	Bartın-Arıt Region
	Arpacık, Düzköy, İbrahimderesi, İğneciler, Kirazcık, Köklü	Ulus Region
	Kömeç, Dizlermezeci, Ziyaretköy	Kurucaşile Region
The villages having normal ecotourism potential	Alibaş, Balat, Cöcü, Fırınılı, Gençali, Hasanlar, İmamlar, Kayadibi, Kayadibikavlak, Kumaçorak	Bartın-Arıt Region
	Sipahiler, Şahin, Yeniköy, Yukarışeyhler	
	Abdurrahman, Çukurbük, Alpi, Aşağıköy, Dereli, Gökpınar, Karahasan, Sarıfısı, Ulukaya, Dörekler, Hasanören,	Ulus Region
	Sarıderesi, Aydoğmuş, İlyasgeçidi, Paşalılar	Kurucaşile Region

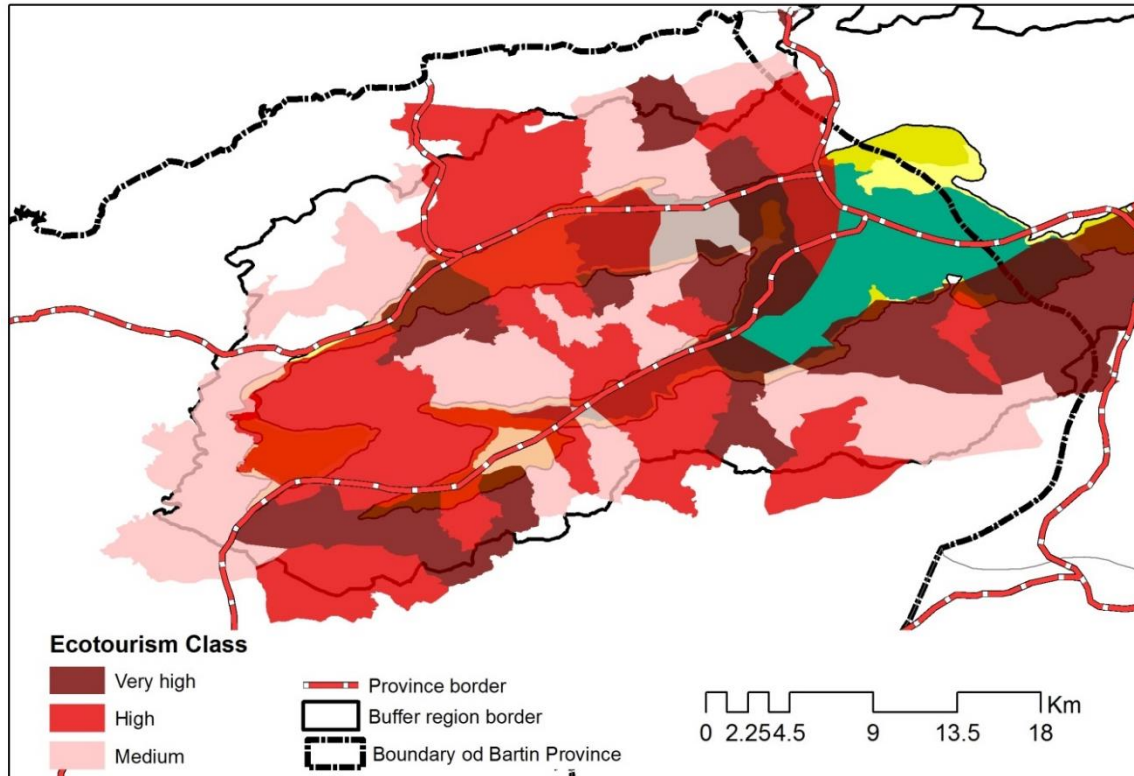


Figure 4. Ecotourism potential of the villages

It is obvious that in order to realize this classification, there is a need of national park management which has sufficient budget and staff, and also a need of public administration approach which shows interest to the national park requires as well. However, issues which prevent promotion of the Küre Mountains National Park and rise of ecotourism activities in the nearby villages can be listed as follows:

- Lack of technical and administrative personnel in the Directorate of Küre Mountains National Park, and its limited management capacity due to insufficient budget,
- Apathy on the part of other public institutions in the province to the national park,
- Apathy on the part of local societies and civil society organizations in the province to the national park,
- Deficiencies regarding promotion,
- Deficiencies regarding accommodation facilities and area guidance,
- Insufficient relationship between the national park management and local people, and unsatisfying participation of local people,
- Blaming the national park and the national park management for the damages of wildlife.

4. CONCLUSION AND SUGGESTIONS

Upon meetings, observations, investigations and analyses in the study area, the villages were separated into three groups according to their priorities concerning ecotourism potentials. In consequence of the evaluations, the overall tendency is to develop village design guides initially in the villages that have “very high” ecotourism potential, and promote ecotourism in general. In the context of developing ecotourism in the region, it is very crucial to consider these priorities while investing on ecotourism and planning ecotourism activities.

It is acknowledged that there are various problems such as lack of personnel in the Küre Mountains National Park Administration, deficiencies in promotion, apathy on the part of public institutions in the province. In order to eliminate these known issues, several suggestions are proposed as below. The responsible institutions regarding the suggestions are also mentioned:

- Conducting archeological excavation and research in order to highlight the archeological and historical value of the area (*The Ministry of Culture and Tourism, and universities*).
- Taking photos and videos for the promotion of the region (*The Turkish Aeronautical Association, The Turkish Radio and Television Association, İz TV Channel, Photography groups, organizations, etc.*)
- Promoting the Küre Mountains National Park and nearby villages in national and international tourism expos (*The Governorship of Bartın, the Provincial Directorate of Culture and Tourism , the Directorate of Küre Mountains National Park, local societies*)
- Preparing promotional materials such as flyer, poster and videos (*the Governorship of Bartın, the Provincial Directorate of Culture and Tourism , the Directorate of Küre Mountains National Park, local societies*)
- Opening stands in order to promote and sell local products in Amasra and Bartın (*Local societies and cooperatives*)
- Organizing a Küre Mountains National Park tour for tourism operators in the region and letting them to know the region well (*The Directorate of Küre Mountains National Park*),
- Creating an effective network between field guides and tourism workers (*The Directorate of Küre Mountains National Park, the Association of Area Guides, the Amasra Tourism Association*).
- Organizing special tours ie for cycling, photography, trekking, mushroom hunting, botanical activities, etc. (*The Directorate of Küre Mountains National Park, relevant associations, tourism agencies*)
- Using the Internet and Social Media effectively (*The Directorate of Küre Mountains National Park*)
- Arranging website and social media trainings, ecotourism and “Green Star” trainings for tourism workers (*The Governorship of Bartın, the Provincial Directorate of Culture and Tourism , The Directorate of Küre Mountains National Park, local societies*)
- Preserving and constructing the Art-Ulus-Kerpiçli village road network, the old Cide road and the Loç Valley road network which locate in the buffer zone and surround the National Park as a landscape road (*The Governorship of Bartın, the Special Provincial Administration and the KMNP Management*).
- Developing “organic agriculture”, “good agricultural practices” and “eco-friendly agriculture” within the Küre Mountains Buffer Zone (*The Governorship of Bartın, the Provincial Directorate of Food, Agriculture and Livestock, the Directorate of KMNP*).
- Developing beekeeping and husbandry within the buffer zone, improving marketing opportunities by branding (*The Governorship of Bartın, the Provincial Directorate of Food, Agriculture and Livestock, the Directorate of KMNP, the Provincial Chamber of Commerce and Industry, Cooperatives*)
- Ensuring the sustainability of traditional crafts in the region (*The Governorship of Bartın, the Provincial Directorate of Culture and Tourism, the Directorate of KMNP, chambers of merchants and craftsmen*).
- Advancing the production of non-wood forest products, supporting local people and cooperatives for certification, branding and marketing (*The Governorship of Bartın, the Bartın Chamber of*

Commerce and Industry, Bartın and Ulus Forestry Departments, the Directorate of KMNP, the Provincial Directorate of Science, Industry and Technology, cooperatives).

- Promoting and developing entrepreneurship within the buffer zone, creating job opportunities for young people and women by on-site employment (*The Governorship of Bartın, the Bartın Chamber of Commerce and Industry, The Directorate of KMNP, the Provincial Directorate of Science, Industry and Technology, BAKKA (Western Black Sea Development Agency), İŞKUR (Turkish Employment Agency)*)
- Establishing the required collaborations in order to apply sustainable natural resources management and sustainable tourism development plan (*Particularly the Directorate of KMNP and Provincial Directorate of Culture and Tourism, and all public institutions*).
- Offering and applying solutions for preventing the wildlife-human conflict within the buffer zone, creating funds in order to compensate the damages caused by wildlife (*The Governorship of Bartın, the Special Provincial Administration, the Directorate of KMNP, Bartın and Ulus Forestry Departments*).

In addition to the suggestions above, diverse attraction points should be planned within the buffer zone of the national park, for introducing the national park firstly to local people and then at the national and international level. If different facilities such as museums (Wildlife, archeology, ethnography, etc.) arboretum, botanical gardens, wildlife viewpoints are built in the settlements like Art, Aydınlar, Kurucaşile, Ulus, Drahna Region and Amasra, there would be more visitors firstly from the vicinity, and then across the country. The center which will be built in Amasra should be designed as an information center in the city. These facilities can even be constructed by restoration of old public buildings (e.g. evacuated school buildings).

Acknowledgement

This article was written down under the project “Preparing Village Design Guides by Determining Ecotourism Potential in Bartın Side of the Küre Mountains National Park (TR81-14-SOSYAL-0051)” which is financed by the Western Black Sea Development Agency (BAKKA). We thank to BAKKA for its support.

References

- Akbulut, G., Atmış, E and Günşen, H. B. (2015). Farklı ilgi gruplarının milli park algıları üzerine bir değerlendirme: Küre Dağları Milli Parkı örneği, *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 15(1): 133 – 145.
- Atmış, E. (1994). Türkiye’de yayla turizminin altyapı sorunları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Atmış, E. (2009). “PAN Parks” sürecindeki Küre Dağları Milli Parkı için bir örnek: Majella Milli Parkı, *Orman ve Av*, 85(4): 8-14.
- Berkowitz, P. (2000). Defining the concept of rural development: a european perspective, World Bank Workshop, Sofia.
- Cobb, T. L. (1992). Managing tourism in world parks and protected areas, USDA Forest Service, Report NE-176, 3-5.
- Diaror, B. M. (2008). Katılım öncesi AB fonları ve kırsal kalkınma - fırsatlar, sorunlar ve Türkiye için öneriler, State Planning Organization (DPT) Expertise Thesis, Ankara.
- Ekin, N. A. (2008). AB kırsal kalkınma politikası hayvancılık sektörü etkileri ve Türkiye hayvancılığı muhtemel yansımaları, Republic of Turkey The Ministry of Agriculture and Rural Affairs Directorate of Foreign Affairs and EU Coordination Office, EU Expertise Thesis, Ankara.
- Görmüş, S. (2012). Korunan alanlarda peyzaj karakter analizi: Kastamonu-Bartın Küre Dağları Milli Parkı örneği. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Görmüş, S. (2013). Land use effects on landscape diversity in protected areas. ICOEST’2013–Cappadocia, June 18-2, Ürgüp, Turkey

- Görmüş, S., Atmış, E., Artar, M., Özkazanç, N. K., Günşen, H. B., Cengiz, S., Tekebaş, S. (2015). *Küre Dağları Milli Parkı köy tasarım rehberleri (Bartın bölümü)*, Bartın University Publication.
- Görmüş, S. (2016). Conservation conflicts in nature conservation: the example of Kastamonu-Bartın Küre Mountains National, *Journal on Protected Mountain Areas Research and Management*, 8(1): 39-43.
- Gülçubuk, B. (2006). Avrupa Birliği ve dünya’da kırsal kalkınmada ortaya çıkan yeni yönelimler ve Türkiye’nin uyum sürecindeki yaklaşımları, *Tekgıda-iş Dergisi*, 96: 9-24.
- İnceoğlu, N. and Aysu, E. (1992). Doğu Karadeniz Bölgesi’nde yayla turizminin yapısal sorunları. *Doğu Karadeniz Turizmi Konferans Kitabı* içinde (s.39-42). Ankara: Publication of Ministry of Tourism.
- KMNP (2012). The Küre Mountains National Park, http://www.kdmp.gov.tr/alt_detay.asp?id=1 (Last accessed: 12.03.2012).
- Kuvan, Y. (2012). *Doğa koruma ve korunan alanlar*, İstanbul: İstanbul University Publication.
- Lise, Y. (2011). Türkiye’nin Orman Sıcak Noktaları. <http://yildiraylise.wordpress.com/2011/04/01/turkiyenin-orman-sicak-noktaları/> (Last accessed: 29.02.2012).
- TUIK (2014). Turkish Statistical Institute, The Results of Address-Based Population Registration System (ADNKS). <http://tuikapp.tuik.gov.tr/adnksdagitapp/adnks.zul>
- Simpson, R. (1993). Sustainable tourism for Europe’s protected areas-guidelines and ways forward, *The Tourist Review*, 3: 3-7.
- Tekin, A. (1991). Editorial, *The Anatolia Magazine*. June-August. P:1.
- Turhan, M. S. (2005). Avrupa Birliği üyeliği yolunda Türkiye kırsal kalkınma tedbirleri uygulama süreci, Expertise Thesis, T. C. The Ministry of Agriculture and Rural Affairs Directorate of Foreign Affairs and EC Coordination Office, Ankara.
- WWF (2010). Sürdürülebilir Turizm Gelişim Stratejisi (KDMP), Report: Andrei Blumer, WWF-Turkey.
- UDGP (2012). Küre Dağları Milli Parkı uzun devreli gelişim planı planlama raporu. Republic of Turkey The Ministry of Forestry and Water Affairs General Directorate of Nature Conservation and National Parks, Ankara 62p.
- UNDP (2010). Küre Dağları Milli Parkı ziyaretçilere açıldı, *Yeni Ufuklar Dergisi*, UNDP Monthly Bulletin, Issue:56.
- Uzunpınar, A. (2008). Katılım öncesi ab kırsal kalkınma politikası ve türkiye’de uygulanacak ipard programı kapsamında proje hazırlama, değerlendirme ve seçim süreci. The Ministry of Agriculture and Rural Affairs Directorate of Foreign Affairs and EU Coordination Office, EU Expertise Thesis.

RELATION OF TRUST WITH COMPANY PERFORMANCE IN SUPPLY CHAIN: A RESEARCH ABOUT YACHT ENTERPRISES IN BODRUM – TURKEY

Assoc. Prof. Dr. Erdal ARLI
Kocaeli University, Karamürsel Vocational Higher School
Maritime and Port Business Program
earli@kocaeli.edu.tr

Özet

Yat işletmeleri deniz turizm alanında faaliyet gösteren hizmet işletmeleridir. Birçok alanda olduğu gibi deniz turizminin bir alt dalı olan yat işletmeciliği alanında da rekabet belirleyicilerinden birinin de tedarik zinciri olduğu söylenebilir. Tedarik zinciri yönetimi ile ilgili yapılan araştırmalarda tedarik zinciri performansı ile işletme performansına etki eden birçok faktörün varlığı araştırılmıştır. Bu faktörlerden biri de tedarik zincirinde güvendir. Bu araştırmanın amacı Türkiye’de Bodrum Bölgesi’nde faaliyet gösteren ve haftalık tur düzenleyen yat işletmelerinin tedarikçisi ile kurdukları güven ile işletme performansı arasında bir ilişkinin olup olmadığının belirlenmesidir. Araştırmada veri toplamada yüz yüze anket yöntemi kullanılmış ve anketler Türkiye Bodrum Bölgesi’nde faaliyet gösteren bir marina işletmesinden konaklama hizmeti alan 104 tekne sahibine uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre tedarik zincirinde tedarikçi ile alıcı arasındaki güven olgusunun işletme performansı ile istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkisinin olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Güven, Tedarik Zinciri, Yat İşletmeleri.

Abstract

Yacht enterprises are tourism enterprises acting in sea tourism field. Like in many fields supply chain can be considered as competition determinants in yacht enterprise field which is a sub field of sea tourism. In researches made about supply chain management, existence of many factors affecting supply chain performance and enterprise performance was researched. One of these factors is trust in supply chain. The aim of this research is to determine the existence of a relation between the trust established between yacht enterprises acting in Bodrum region - Turkey and organizing weekly tours and their suppliers and enterprise performance. In the research, face to face survey method was used for data collection and the survey was applied to 104 people who received accommodation service from a marina enterprise which is active in Bodrum region – Turkey. According to research results it was determined that trust factor between supplier and buyer has a statistically significant relation with enterprise performance in supply chain.

Key Words: Supply Chain, Trust, Yacht Enterprises.

1. INTRODUCTION

In recent years together with increasing global trade, importance of supply chain is increasing day by day. Proper management of supply chain provides competition advantage to enterprises as well as other advantages such as customer satisfaction, trust, continuous relation, long time market domination (Kaya,2011). Besides the continuously changing structure of customer and buyer demands today have changed the style of competition between enterprises. (Çemberci, 2011). Today competition between networks has become more important than competition between enterprises. (Cesur, 2010;Çemberci 2011). One of these networks is supply chain management. Today one of the sectors where competition is intense is tourism sector. (Güçlü, 2011). Yacht enterprises are one of the sub-fields of sea tourism which is one of the important components of tourism sector. Especially the competition between yacht enterprises arranging weekly yacht tours makes many approaches and management techniques a necessity. One of these approaches is supply chain management. The main reason why this research was made on yacht enterprise is that there are not so many researches made in this field. Besides, yacht enterprises are a type of tourism that provides important contribution to country tourism which makes it worthwhile to perform research in this field.

Supply chain management is the flow of product, information and finance between customers, buyers, producer enterprises and enterprises comprising the distribution channel. (Çemberci, 2011)

Accordingly, the aim of supply chain is to ensure the flow of correct product in correct amount in correct time, without deficiency, without damage and at a low cost in an enterprise. (Fox, 1997; Çemberci 2011). Because, supply chain is a management philosophy which allows enterprises to continue their existence in the competition environment and to achieve competition superiority. (Güçlü, 2010).

Besides today supply chain and supply chain management has an important place for evaluating performances of enterprises and suppliers and decreasing costs. With this aim, in researches performed about supply chain management, existence of many factors on enterprise performance was researched. One of these factors is trust in supply chain. Trust is an important sign of positive performance in enterprise management. (Panayides and Lun, 2009; Çemberci 2011). In this research first trust factor was explained based on the studies made in the literature and then in findings section, statistical relation between trust factor and enterprise performance was sought.

2.LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESES

According to Morgan and Hunt (1994: 21), trust is belief of supplier and buyer in honesty of each other. Supply chain management is constructed based on mutual trust and honesty. Trust in supply chain is ensured by correct and honest activity of supplier and fulfill what he has promised on time and without fail. (Çemberci, 2011).

Kwon and Suh (2004), have researched the effect of trust variable in supply chain and presented that trust has a very strong effect for the enterprises to create a positive image. Besides, they have also stated that dependency level is strongly related with trust level. Wu et al. (2004) in the study they made, have stated that trust increases the supply chain management performance. Apart from these researches, in many similar studies it has been presented that trust has a positive effect on supply chain performance. (Panayides and Lun (2009), Chan 2003, Yeung et al. (2009); Doney and Cannon, 1997). Güçlü (2010) on the other hand have determined that supply chain management has a positive effect on enterprise performance. In the research conducted by (Hanfield and Betchel, 2002) it was accepted that creating trust in supply chain increases enterprise performance. (Hanfield and Betchel, 2002).

In this study, the researched point was whether there is a statistically significant relation between trust in supply chain and enterprise performance compared to competitors. Accordingly the hypotheses are;

H1: There is a statistically significant relation between trust in supply chain of yacht enterprises and customer satisfaction compared to competitors.

H2: There is a statistically significant relation between trust in supply chain of yacht enterprises and customer awareness compared to competitors.

H3: There is a statistically significant relation between trust in supply chain of yacht enterprises and enterprise image compared to competitors.

H4: There is a statistically significant relation between trust in supply chain of yacht enterprises and customer loyalty compared to competitors.

H5: There is a statistically significant relation between trust in supply chain of yacht enterprises and suggestion ratio by customers compared to competitors.

H6: There is a statistically significant relation between trust in supply chain of yacht enterprises and perceived quality of services compared to competitors.

H7: There is a statistically significant relation between trust in supply chain of yacht enterprises and net profit compared to competitors.

H8: There is a statistically significant relation between trust in supply chain of yacht enterprises and annual total income compared to competitors.

3. BENEFIT AND AIM OF THE RESEARCH

The aim of this research is to determine whether there is a statistically significant relation between trust established with suppliers of yacht enterprises acting in Bodrum region – Turkey and arranging weekly tours and enterprise performance or not. The research results are considered to contribute to literature in terms of giving idea to yacht enterprises about trust to supplier, enlightening them about developing trust and explaining the relation between trust in supply chain and enterprise performance.

4. METHODOLOGY

4.1 Main Group and Sample

The main group of this research is composed of yacht enterprises which purchase annual accommodation service from X Yacht Port Enterprise in Bodrum and which arrange weekly tours. X Yacht Port Enterprise annually give service to about 300 – 400 yachts in average.

Non-random sampling method was applied in the research due to time and cost limitations, work load, the fact that some yacht owners were not willing to answer the survey and difficulty to reach yacht owners and answerers were selected by convenience sampling method. Survey was applied to totally 104 yacht owners.

4.2 Data Collection Method and Tool

In the research face to face survey method was used. Survey form was formed by examining the studies made in the literature. The survey consisted of 3 sections and first section included questions related with the demographical properties of answerers. The second section of the survey included questions related with measuring trust in supply chain. In this section seven trust scale questions developed by Doney and Cannon (1997) were used. The third section of the survey consisted of questions related with enterprise performance. The questions in that section were formed by the inspiration of studies conducted by Öztüren (2008), Tan, Hanfield and Karause (1998), Yoo and Donthu(2001),Bulut et al.(2009), Yılmaz, Alpkın and Ergün(2005). Data collection operation was realized between June 17th and September 20th, 2015. The data collected during the research was evaluated by using SPSS 15.0 package program and correlation analysis was used to test the research hypotheses. Pre test was applied to 19 yacht owners in order to test whether questions which are difficult to understand existed or not and necessary arrangements were made.

5. FINDINGS

5.1 Demographical Properties of Answerers

Out of the 104 answerers who answered the survey, 14 (13.5%) of them were female and 90 (86.5%) of them were male. 9 of the answerers (8.7%) were aged between 18-25, 24 of them (23.1%) were aged between 26-35, 26 of them (25%) were aged between 36-45, 23 of them (22.1%) were aged between 46-55 and 22 of them (21.2%) were aged 56 and older. 33 of the answerers (31.7%) were single and 71 of them (68,3%) were married. 5 of the answerers (4,8%) education level was primary school, 17 of them (16,3%) were secondary school, 24 of them (23,1%) were high school, 17 of them (16,3%) were higher school, 36 of them (34,6%) were bachelor, 5 of them (4,8%) graduate.

5.2 Evaluation of Trust to Supplier by Answerers

The yacht enterprises which answered the survey were requested to evaluate the trust in their suppliers and Table 1 results were obtained.

According to Table 1, it was understood that yacht enterprises answering the survey found their supplier reliable, that the supplier kept the promises they gave to the company and that the suppliers have been honest to yacht owners. Also the yacht enterprises think that supplier has an important impact on the company success.

5.3 Enterprise Performance of the Enterprises Which Answered the Survey, Compared To Their Competitors

Companies who gave answer to the survey were requested to evaluate their enterprise performances compared to their competitors and Table 2 results were obtained. According to Table 2, 11.5% of the yacht enterprises which gave answer to the survey find the satisfaction of their customers at medium level, while 69.2% of the yacht enterprises which gave answer to the survey find the satisfaction of their customers at high level. Also while 3.8% of them find the customer awareness at low level while almost half of the find the customer awareness at high level. 4.8% of the enterprises find their enterprise image at low level while 57.7% find their enterprise image at high level.

While 3.8% of the enterprises evaluate customer loyalty as lower compared to competitors, 63.5% of the enterprises evaluate customer loyalty as higher compared to competitors. According to Table 2, while 7.7% of the enterprises which gave answer to the survey evaluate the suggestion ratio by customers at low level, 58.7% of the enterprises which gave answer to the survey evaluate the suggestion ratio by customers at high level. Also 4.8% of them evaluated the perceived quality of services at medium level while 67.3% of them evaluated the perceived quality of the services at high level.

While 4.8% of the enterprises mentioned their profit as very low, 7.7% of them mentioned their profit as low and 57.7% of them mentioned their profit as high. Besides, 5.8% of the responders evaluated their annual income as very low compared to competitors while 6.7% of them evaluated their annual income as low compared to competitors and 60.6% of them evaluated their annual income as high compared to competitors.

5.4 Examination of relation between company performances of yacht enterprises compared to competitors and trust in supplier

In order determine whether there is a relation between trust in supplier and enterprise performance compared to competitors or not Pearson correlation analysis was made and Table 3 results were obtained. According to Table 3, a statistically significant and directly proportional relation between trust in supplier and enterprise performance compared to competitors can be observed. The variable with strongest relation among performance variables is customer satisfaction variable. It is interesting that there is a weak but significant and directly proportional relation between net profit and annual total income variables and trust in supplier variable.

6. CONCLUSION

In supply chain one of the factors affecting supply chain performance ad enterprise performance is trust in suppliers. Development of mutual trust feeling may positively affect both the supplier and the buyer. When literature is examined, it can be observed in many researches that trust variable in supply chain increase the performance of supply chain. This research is considered to be different from other researches as it examines the relation of trust variable and enterprise performance.

In this study initially the yacht enterprises were requested to evaluate their suppliers in terms of trust and it was understood that yacht enterprises find their supplier reliable and honest. Besides it was mentioned that suppliers have important effect on success of yacht enterprises.

Secondly, the fact whether there is a statistically significant relation between trust in supplier and enterprise performance or not was researched and it was determined that there is a significant relation between enterprise performance and trust. In the research conducted by Hanfield and Betchel (2002) it is accepted that creating trust within supply chain increases enterprise performance. Accordingly it is observed that there is a significant and directly proportional relation between customer satisfaction (one of marketing performance variable) and trust. In this case H1 hypothesis is accepted. Besides customer satisfaction is a variable with the strongest relation compared to other performance criteria. Similarly it is observed that there is a significant and directly proportional relation between

customer awareness (one of marketing performance variable) and trust. Accordingly H2 hypothesis is accepted.

On the other hand a directly proportional and significant relation is present between enterprise image and trust. Accordingly H3 hypothesis is accepted. Kwon and Suh (2004) have also researched the effects of trust level within supply chain and have stated that trust in supply chain has a very strong effect in enterprises' formation of positive image. Statistically direct proportional and significant relation was found between trust and other marketing performance variables such as customer loyalty, suggestion ratio by customers and perceived quality of services. Accordingly H4, H5 and H6 hypotheses are accepted. Besides, directly proportional and significant relation was found between trust and financial performance variables such as net profit and annual total income. As a result according to the findings obtained from our research, statistically direct proportional and significant relation was found between trust in supply chain and marketing performance and financial performance. Accordingly it can be said that trust variable affects financial performance and marketing performance.

Tables

Table 1: Evaluation of the Trust in Their Suppliers by the Yacht Enterprises Which Answered the Survey

Trust of Supplier Firm	N	Mean	Std.Deviation
This supplier keeps promises it makes to our firm	104	4,0577	,55436
This supplier is always honest with us.	104	3,9135	,52344
We believe the information that this vendor provides us	104	4,0769	,53412
This supplier is genuinely concerned that our business succeeds	104	4,0673	,56197
When making important decisions, this supplier considers our welfare as well as its own.	104	4,0769	,53412
We trust this vendor keeps our best interests in mind.	104	4,2692	,61108
This supplier is trustworthy.	104	4,1154	,65815

Croanbach's Alpha: 0,7117

Table 2: Enterprise Performance of Enterprises Which Gave Answer to the Survey Compared To Competitors

Company performance of yachts (who gave answer to the survey) compared with their competitors	Very Low		Low		Medium		High		Very High		Average	Std. Dev.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
	Customer satisfaction	0	0	0	0	12	11,5	72	69,2	20		
Customer awareness	0	0	4	3,8	13	12,5	57	54,8	30	28,8	4,0865	,75183
Enterprise image	0	0	5	4,8	11	10,6	60	57,7	28	26,9	4,0673	,75382
Customer loyalty	0	0	4	3,8	4	3,8	66	63,5	30	28,8	4,1731	,67468
Suggestion ratio by customers	0	0	8	7,7	8	7,7	61	58,7	27	26,0	4,0288	,80601
Perceived quality of services	0	0	0	0	5	4,8	70	67,3	29	27,9	4,2308	,52567
Net profit	5	4,8	8	7,7	6	5,8	60	57,7	25	24,0	3,8846	1,0174
Annual total income	6	5,8	7	6,7	6	5,8	63	60,6	22	21,2	3,8462	1,0217

Croanbach's Alpha: 0,7884

Table 3: Relation Between Trust In Supplier And Enterprise Performance Of Yacht Enterprises Compared To Competitors

Company performance	Trust tosupplier (N=104)	
Customer satisfaction	Correlation	,528(**)
	Sig.(2- tailed)	,000
Customer awareness	Correlation	,267(**)
	Sig.(2- tailed)	,006
Enterprise image	Correlation	,347(**)
	Sig.(2- tailed)	,000
Customer loyalty	Correlation	,391(**)
	Sig.(2- tailed)	,000
Suggestion ratio by customers	Correlation	,406(**)
	Sig.(2- tailed)	,000
Perceived quality of services	Correlation	,484(**)
	Sig.(2- tailed)	,000
Net profit	Correlation	,194(*)
	Sig.(2- tailed)	,049
Annual total income	Correlation	,210(*)
	Sig.(2- tailed)	,033

References

- Bulut, Ç., Yılmaz, C.and Alpkın, L. (2009).The effects of market orientation dimensions on firm performance, *Ege Akademik Bakış*, 9(2), pp.513-538
- Cesur, K. (2010).Supply chain management in textile and supplier performance evaluation, İstanbul Technical University, ScienceInstitute, Master Thesis, İstanbul
- Chan, F.T.S. (2003).Performance measurement in a supply chain, *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*
- Çemberci, Murat (2011).The antecedents of supply chain management and the impact on firm performance: A conceptual model proposal, PhD. Thesis, Gebze High Techology Institute Social Science Institute Business Management Dept.
- Doney, P.M.,Cannon, J.P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships, *Journal Of Marketing*, V:61, pp. 35–51.
- Fox, M. (1997).*Supply chain management system*, Department of Industrial Engineering, University of Toronto
- Güçlü, Caner (2010).The effect of supply chain management on business performance: A study on hotel business, Düzce University Social Science Institute, Tourism and Hotel Management, Düzce
- Handfield, R.B.,and Bechtel, C. (2002).The role of trust and relation ship structure in improving supply chain responsiveness,*I ndustrial Marketing Management*, 31, pp. 367–382.
- Kaya, Ahmet (2011).Impact of the factors affecting supplier choice at private hospitals on trust and customer satisfaction: An implementation in Gaziantep , Gaziantep University, Social Science Institute, Gaziantep
- Kwon, I.G. and Suh, T. (2004) Factors affecting the level of trust andcommitment in supply chain relationship,*Journal of Supply Chain Management*; Spring; 40, 2; pp. 4.
- Morgan, R. M.,&Hunt, S. D. (1994) Thecommitment– trust theory of relationship marketing, *Journal of Marketing*, 58, pp. 20–35.

- Öztüren, Ali (2008). Effects of the integrated supply chain in TRNC tourism sector on performance of the hospitality enterprises, Anadolu University, Social Science Institute, Unpublished PhD. Thesis, Eskişehir, Turkey.
- Panayides, P.M. and Venus, Lun Y.H. (2009) The impact of trust on innovativeness and supply chain performance, *Int. J. Production Economics*, 122, pp. 35–46.
- Tan,KeahChoon, Robert, B. Hanfield and Daniel, R .Crause (1998). Enhancing the firm's performance through quality and supply base management: An emprical study, *International Journal of Production Research*, 34(10), pp.2813-2837.
- Wu, W.,Chiang, C., Wu, Y. and Tu, H. (2004).The influencing factors of commitment and business integration on supply chain management, *Industrial Management + Data Systems*; 104, 3/4; pp. 322.
- Yeung, J. H. Y., Selen, W., Zang, M., Huo, B. (2009).The effects of trust and coercive power on supplier integration, *Int. J. Production Economics*, 120, pp. 66–78.
- Yılmaz, C., Alpkan, L., and Ergun, E. (2005).Cultural determinants of customer and learning-oriented value systems and their joint effect on firm performance, *Journal of Business Research*,58,pp.1340-1352
- Yoo, Boonghee and Naveen,Donthu (2001).Developing and validating a multidimensional consumer-based brand equity scale, *Journal Of Business Research*,52,pp:1-14

THE ATTITUDES OF CUSTOMERS TOWARDS GREEN HOTELS

Assist. Prof. Dr. Reyhan ARSLAN AYAZLAR
Muğla Sıtkı Koçman University, Tourism Faculty
Hospitality Management Department
reyhanayazlar@gmail.com

Gamze GÜN
Muğla Sıtkı Koçman University, Tourism Faculty
Travel Management Department
gungamze39@outlook.com

Abstract

Ecological progresses worldwide have started to become effected on customers' environmental conscience. It changes the viewpoint of customers' to environment friendly hotels and nowadays more tourists are more likely to choose green hotels. Understanding the viewpoint of customers towards green hotels will affect tourism businesses in order to be more environment friendly companies and incline to this market. Accordingly, this study aims to investigate the customer attitudes towards green hotels. The data gathered from social media was analysed. According to the results, there are significant differences among participants depending on their past experience, age and education level about their green hotel attitudes.

Keywords: Customer attitude, green hotel, environment friendly business, sustainability.

1. INTRODUCTION

Customers have begun to show increased environmental awareness. This awareness results with willingness to purchase environment friendly products and/or services (Manaktola and Jauhari, 2007). Businesses in various fields have correspondingly started to modify their products and/or services to environment friendly products and/or services (Dief and Font, 2010). Tourism industry is one of the fields to be more environmentally sensitive and responsible.

Although tourism products and/or services are seen as a sector that have negative impacts to the nature (Hillery, Nancarrow, Griffin and Syme, 2001), many fields, specially accommodation field, have started to focus on environment friendly applications such as waste disposal and water usage under the name of green management (Mensah, 2006). Besides the changing customer demands to green hotels, being green for hotels is also an effective competitive advantage (Han, Hsu and Lee, 2009). Many hotels have started to be green or searched how to be a green hotel in recent years in order to distinguish themselves to compete effectively in hotel sector (Manaktola and Jauhari, 2007; Han, Hsu, Lee and Sheu, 2011). Reducing the environment impacts of hotels and making investment in green practices have become to focus point (Chia-Jung and Pei-Chun, 2014). As a result, hotel managers want to know whether their investments are appreciated by the customers (Oliver, Naar and Harras, 2015). Customers' attitudes are one of the key factors for the successful of green hotels in the future (Tilikidou, Delistavrou and Sapountzis, 2014; Han et al, 2011). Therefore, understanding the customers' attitude towards green hotels is a prerequisite for hotel marketers to provide better environment friendly products and/or services.

Although some initiatives have been made to understand customers' ecological buying activities (Laroche, Bergeron and Barbaro-Forleo, 2001; Manaktola and Jauhari, 2007) and the effects of personal characteristics to their consumption (Laroche et al, 2001; Roberts, 1996) few research has attempted to reveal demographic differences in forming environment friendly customers attitudes (Han et al, 2011; Eirini and Antonia, 2014). Moreover, the research investigating Turkish environment friendly customers and their demographic differences towards attitude to stay a green hotel is scarce (Aylan and Sezgin, 2016). Determining customers demographic profile who are environmentally responsible can gain better understanding to hotel marketers.

A research explaining customers' demographic profile and their differences towards a green hotel attitude may help hotel marketers to understand their customers, their expectations about a green hotel, to make better marketing strategies comparing with their competitors. Accordingly, this study aims to investigate Turkish participants' attitudes towards green hotels and determine whether there is a significant difference among customers' demographic profiles. In this context, a literature review has presented in the next section. Next, the methodology of the research containing measurement of variables, data collection process and sample characteristics was provided. Then, the findings of the research and conclusion including research limitations and directions for future research are introduced.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Going Green

It is a fact that hotels consume directly and indirectly a large amount of water, energy and natural resources (Chan, Wong and Lo, 2009; Dief and Font, 2010; Radwan, Jones, and Minoli, 2010). According to UNWTO (2017) hotel industry is responsible for about 20% of all CO₂ emissions in tourism industry. In addition to this, more consumers have begun to concern with the nature and to seek green hotels at their travels (Han et al, 2011). As a result, many hotels have started to consider green application for their business to be more green (Dief and Font, 2010; Manaktola and Jauhari, 2007). Green hotel is defined as "an eco-friendly hotel operation that performs/follows various environmentally friendly practices/programs such as saving water/energy, using eco-friendly purchasing policies, and reducing emission/waste disposals to protect the natural environment and reduce operational costs" (Green Hotel Association, 2008). Accordingly, being green meets not only customers' expectations but also reduce costs with green applications (Manaktola and Jauhari, 2007).

More customers know that natural resources are limited and the environment is sensitive (Kalafatis, Pollard, East and Tsogas, 1999). Therefore, there is a positive attitude toward environment friendly activities (Kalafatis et al, 1999; Laroche et al, 2001). Customers who have a strong environment friendly attitude are willingness to behave green and have a concern about environment (Kalafatis et al, 1999; Mandese, 1991). For example, 53% of Brits and Australians customers are fragile to the environment and concern for the next generation. Therefore, they have a motivation staying in a green hotel (Ritov and Kahnemann, 1997). For example, Mensah (2004) stated that 90% of hotel customers prefer to stay in hotels which they apply green management. According to Athens Laboratory of Research in Marketing, 92% of customers has a positive attitude towards the firms which have a sensitivity to environment (Papadopoulos, Karagouni, Trigkas and Platogianni, 2009). Kimpton Hotels and Restaurants' guests (16%) reported that they stayed with the firms because of their practices such as in-room recycle bins, nontoxic cleaning agents (Butler, 2008). According to Hopkins and Roche (2009) premium price is not the factor that deter the customer to choose a green hotel. According to Weissenberg, Redington and Kutyla (2008) 95% of the participants reported that hotels should implement more green practices. Customers look for green certification such as LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), refillable shampoo dispensers, towel and linen reuse policies and energy-efficient light bulbs while they are choosing a hotel (Millar and Baloğlu, 2011). Thus, it is clearly important that customers' environment friendly attitudes play a critical role to understand their purchase behavior (Kalafatis et al, 1999; Laroche et al, 2001; Manaktola and Jauhari, 2009, Han, Hsu and Lee, 2009).

There are some studies referring to the relationship between environment friendly attitude and choosing a green hotel in the literature (Roberts, 1996; Laroche et al, 2001; Manaktola and Jauhari, 2007; Han et al, 2009). Because customers increasingly seek to stay in green hotels, understanding customers demographic characteristics has begun to be an important and competitive strategy for hotel marketers. Researchers emphasized the important role of customers' demographics to understand their behaviors (Han et al, 2011). There are evidences that revealing the significant roles of gender, age, education and income in explaining customer behaviors in the literature (Roberts, 1996; Laroche et al, 2001; Evanschitzky and Wunderlich, 2006). Therefore, this study asserts that demographic

characteristics are important determinant of environment friendly customers' attitude towards staying in a green hotel.

2.2. Demographic Factors

Previous studies displayed that demographic differences (such as age, gender, education and income) play an important role to explain the customers' green purchasing behavior. According to the study results, customers who have environmental consciousness are more likely to be female, younger, well-educated and gain more. Therefore, significant differences among customers who have environmental consciousness in terms of their attitude towards green hotels are expected in this study.

According to social theory, women and men behave differently because of their different socialized (Saad and Gill, 2000; Han et al, 2011). Recent studies have also revealed the gender differences in terms of green behavior. Women are more conscious about the environment and more tend to purchase environment friendly products and/or services (Banerjee and McKeage, 1994; McIntyre, Meloche and Lewis, 1993). Women and men show gender differences in terms of green hotel behavior. Women are more likely to be environment friendly and choose a green hotel than men, while they are travelling (Kvasova, 2011; Zografos and Allcroft, 2007; Roberts, 1996). Han and Ryu (2006) revealed the gender differences in upscale restaurant customers. Gender plays a moderating role in customers' environment friendly decision-making process (Han et al, 2009). According to Han et al (2011) gender differences were found in such customers' intentions about eco-friendly lodgings. Chia-Jung and Pei-Chun (2014) also found that gender, age and income play an important role on tourists' choices. Han et al (2011) found that female and older customers have favourable beliefs towards environment friendly behaviors, then they prefer to stay in green hotels, pay price premium for it and recommend it to others. Therefore, the following hypothesis was provided:

H₁: There are significant gender differences in terms of customers green hotel attitude.

Age may be one of the distinctive characteristics of environment friendly customers' attitude towards a green hotel. Studies have explained the age differences in customer behaviors (Evanschitzky and Wunderlich, 2006; Im, Bayus and Mason, 2003). However, there are inconsistency about the customers' age in environment friendly behaviors. For example, some research claimed that younger customers are more likely to give green decisions to purchase because of their capacity to search for new and alternative information (Evanschitzky and Wunderlich, 2006). According to other researchers, older people are more concerned about green hotels. They believe in green marketing and majority of them purchase green products. Older customers are more likely to intent to patronage at a green restaurant. They have a tendency to behave more environment friendly at their travel (Kvasova, 2011; Zografos and Allcroft, 2007) relates to environmentally concerned behavior among customers (Roberts, 1996). Thus, we hypothesized that:

H₂: There are significant age differences in terms of customers green hotel attitude.

Researchers stated that education and income play a critical role in explaining customers' purchase behavior (Evanschitzky and Wunderlich, 2006; Im et al, 2003). According to Keaveney and Parthasarathy (2001) customers who have higher levels of education and income are different in buying behavior than customers who have lower level education and income. Customers who have higher level of education and income are also found as more environmental consciousness and more active to purchase environment friendly products (Roberts, 1996). In Hu, Parsa and Self's (2010) study, more affluent customers reported patronage intention more than other customers. More educated travelers exhibit more environment friendly behavior during their travel (Kvasova, 2011). More educated people are also concerned about the green hotel (Zografos and Allcroft, 2007). Accordingly, the following hypotheses were presented:

H₃: There are significant education differences in terms of customers green hotel attitude.

H₄: There are significant income differences in terms of customers green hotel attitude.

According to theory of planned behavior, past experiences have an important role in forming the intention (Lam and Hsu, 2006; Lee and Back, 2007). Buhalis (1999) has highlighted the previous experiences' role in customers' travel behaviors. Because of the intangible structure of hotel products, customers may heavily trust their past experiences with the hotel (Han et al, 2011). Accordingly, it is expected that customers who have an experience staying in a green hotel have more positive attitude than the other customers who have not an experience about a green hotel. Therefore, the following hypothesis was created.

H₅: There are significant differences about past experience in terms of customers green hotel attitude.

METHODOLOGY

A quantitative research approach was adopted to understand customers' demographic differences towards a green hotel attitude. To measure these differences, an online questionnaire technique was used. The questionnaire consisted of two sections. The first section was composed of the items to explore participants' attitude towards a green hotel. The measurement items were adopted from Kim and Han's (2010) study. All items were measured with a 7-point Likert type scale ranging from 1=extremely bad to 7= extremely good. The second part of the questionnaire included the demographic informations such as gender, age, education, income and past experience about the customers. All items were measured with 30 tourism faculty students for the pilot study in order to correct incoherent items. Thus, the vagueness, irrelevance and overlap of the measurement were removed with minor changes (e.g. directions were changed).

Facebook was choosed in order to gather data. Social media has a potential to support interaction in unbounded social networks (Garton, Haythornthwaite and Wellman, 1997). A link explaining the aim of the research was published on facebook. When voluntary participants clicked on the link, they were directed to the online questionnaire page. After they filled out the questionnaire, they clicked to submit button and the questionnaire was completed. One reminder invitation was published on the facebook wall. Data were collected in May and June, 2017. 185 valid questionnaires were collected at the end of the process.

The quantitative data was analyzed using PASW 20 programme. After determining the characteristics of participants using descriptive statistics, normality test was performed for the further analyses. According to the normal distribution of the measurement, t test and ANOVA was conducted in order to determine whether there were significant differences among participants depending on their demographic characteristics. The differences in which groups were indicated with Scheffe test. The homogeneity of the measurement was also considered in the analysis. The nonhomogenous groups which are shown with * in Table 3 were analyzed with Welch test. The differences in which groups were determined with Games-Howel test.

RESULTS

In the first stage, descriptive statistics were run to determine the participants' demographic characteristics. According to the results, the majority of participants are male (55.7%), middle-aged (41.1%), and educated (46.5%). The majority of respondents earn under 40.000 TL in a year. More than half of the respondents have had no experience in a green hotel before (Table 1).

Table 1. Demographic Features of Participants

Variable	Group	n	%
Gender	Female	82	44.3
	Male	103	55.7

Age	30 and below	53	28.6
	31-59	76	41.1
	60 and over	56	30.3
Education	High school and below	86	46.5
	Graduate	80	43.2
	Postgraduate	19	10.3
Income	39.999 and below	82	44.3
	40.000-84.999 TL	79	42.7
	85.000 and over	24	13
Experience	Yes	89	48.1
	No	96	51.9

Cronbach's Alpha values were analyzed in order to determine the internal consistency of reliability. Accordingly, the Cronbach's Alpha value of attitude dimension was .986. Factor loadings were tested in order to achieve convergent validity in this study. The factor loadings greater than 0.70 were remained in the analysis (Hair, et. al., 2006). According to the findings, all measurement items provided the threshold values for convergent validity (range from .943 and .972).

The normality of the measurement was tested to decide which analysis further would use to detect the differences among demographic characteristics of participants. Skewness and kurtosis values were evaluated for the normality of the measurement. The skewness value of attitude factor was determined as -1.307 whereas the kurtosis value was .464. Thus, it can be interpreted that the measurement of study has a normal distribution (Kalaycı, 2006). t test and ANOVA were performed for the further analysis to compare the demographic differences in terms of participants' attitude towards green hotels.

The gender and experience characteristics of the participants were analyzed using t test. According to the findings, no significant difference between participants' gender was found in terms of their green hotel attitude in the p level of 0.005. However, a significant difference between participants' experience level was revealed in this study (Table 2). Participants who have a green hotel experience (X= 6.05) attribute more than other respondents who have not an experience (X= 5.05), when the mean scores compared.

Table 2. The Green Hotel Attitude Differences by Participants' Experience, t test.

	Experience	No	Mean	S.D	t	p
Green Hotel Attitude	Yes	89	6.05	1.25	4.126	0.000*
	No	96	5.05	1.98		

The age, education and income characteristics of the participants were tested performing the ANOVA test (Table 3). According to the results, no difference was found among customers who have difference income level. Green hotel attitude shows differences on a demographic basis on the age status of the respondents. Comparing the arithmetic average to understand the reason behind this difference, participants who are in the age of 31 – 59 (X= 5.84) attitude more than participants who are

in the age of 30 and below ($X= 4.83$). In other words, older participants have more positive attitude towards green hotels. ANOVA results demonstrated that there are significant differences among participants who have different education level. Mean scores were compared and postgraduate participants were observed to have shown the highest rate of importance ($X= 6.35$). The more the education level increases, the more the participants' green hotel attitude are greater. Thus, all hypothesis, except H_1 and H_4 , were accepted in this study.

Table 3. The Green Hotel Attitude Differences by Participants' Age, Education and Income, ANOVA test.

Factor	Groups	n	Mean	S.D.	f	p
Green Hotel Attitude*	30 and below*	53	4.83	2.12	6.495	0.010*
	31 – 59*	76	5.84	1.49		
	60 and over	56	5.80	1.47		
Green Hotel Attitude*	High school and below*	86	4.81	2.05	16.458	0.000*
	Graduate*	80	6.12	1.15		
	Postgraduate*	19	6.35	0.76		

5. CONCLUSION

As the previous studies indicated (Han et al, 2011; Eirini and Antonia, 2014) the present study findings demonstrated that there are demographic differences among customers in terms of their attitude towards green hotels. The research findings suggested that, except gender and income, past experience, age and education are the good ways to understand customers attitude towards green hotels. Therefore, hotel managers should consider the demographic differences while they are managing green applications to their hotels and programming the marketing strategies, communication process with potential customers.

The findings show that past experiences play an important role in the attitude of participants towards green hotel. In this context, customers who have an experience about green hotels are more likely to have a positive attitude towards green hotel. Thus, hotel managers may build different types of projects for customers considering their experience level. Customers who have different ages show different attitudes towards green hotels. Older participants reported more positive attitude towards green hotels than younger participants. This study overlaps with the previous research (Zografos and Allcroft, 2007; Hu, Parsa and Self, 2010; Kvasova, 2011). Hotel managers may prepare special brochures for older customers to attract them. It is also evidenced that more educated participants have more positive attitude than others towards green hotel. This finding coincides with the previous studies (Keaveney and Parthasarathy, 2001; Zografos and Allcroft, 2007; Kvasova, 2011). Accordingly, hotel managers may give more details while they informing educated customers about green practices of their hotels.

Limitations

There are some limitations in this research. To measure customers' attitude towards green hotels, Kim and Han's (2010) 7-point semantic differential scale was used such as bad-good, favourable-unfavourable etc. This scale may not allow to add more items related to the nature. However, future research may consider the lack of this measurement and use Likert type scale. Thus, more detailed feelings and beliefs of customers may be obtained. This study is limited with an online sample. A particular sample from different cities may be conducted to extend the scope of the research. The

relationship between customers' attitude and their intention to stay in a green hotel may be investigated by other studies.

References

- Aylan, F. K. and Sezgin, M. (2016). Turistlerin yeşil otellere yönelik düşünceleri ve kalma niyetleri: Antalya'da bir araştırma, *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 285-300.
- Banerjee, B. and McKeage, K. (1994). How green is my value: exploring the relationship between environmentalism and materialism. In: Allen, C.T., John, D.R. (Eds.), *Advances in Consumer Research 22*. Association for Consumer Research, Provo, UT, 147–152.
- Buhalis, D. (1999). Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, 21, 97–116.
- Butler, J. (2008). The compelling “hard case” for “green hotel” development, *Cornell Hotel and Restaurant Administrative Quarterly*, 49, 234–244.
- Chan, W., Wong, K. and Lo, J. (2009). Hong Kong hotels' sewage: environmental cost and saving technique, *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 33 (3), 329–346.
- Chia-Jung, C. and Pei-Chun, C. (2014). Preferences and willingness to pay for green hotel attributes in tourist choice behavior: The case of Taiwan, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31(8), 937-957.
- Dief, M.E. and Font, X. (2010). The determinants of hotels' marketing managers' green marketing behavior, *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (2), 157–174.
- Eirini, T. and Antonia, D. (2014). Do beliefs affect customers' intentions to choose green hotels? *International Journal on Strategic Innovative Marketing*, 1, 51-60.
- Evanschitzky, H. and Wunderlich, M. (2006). An examination of moderator effects: the four stage loyalty model, *Journal of Service Research*, 8 (4), 330–345.
- Garton, L., Haythornthwaite, C. and Wellman, B. (1997). Studying online social networks, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1)
- Green Hotel Association, 2008. What are Green Hotels?, Retrieved May 10, 2008, from Green Hotel Association (GHA) Web site: <http://www.greenhotels.com/whatare.htm>.
- Hair J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. and Tatham, R.L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th edn.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Han, H. and Ryu, K. (2006). Moderating role of personal characteristics in forming restaurant customers' behavioral intentions: an upscale restaurant setting, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 15 (4), 25–53.
- Han, H., Hsu, L. and Lee, J. (2009). Empirical investigation of the roles of attitudes toward green behaviors, overall image, gender, and age in hotel customers' eco-friendly decision-making process, *International Journal of Hospitality Management*, 28 (4), 519–528.
- Han, H., Hsu, L. J., Lee, J-S. and Sheu, C. (2011). Are lodging customers ready to go green? An examination of attitudes, demographics, and eco-friendly intentions, *International Journal of Hospitality Management*, 30, 345-355.
- Hillery, M., Nancarrow, B., Griffin, G. and Syme, G. (2001). Tourist perception of environmental impact, *Annals of Tourism Research*, 28 (4), 853–867.
- Hopkins, M. S. and Roche, C. (2009). What the 'green' consumer wants, *MIT Sloan Management Review*, 50(4), 87.
- Hu, H.-H., Parsa, H. and Self, J. (2010). The dynamics of green restaurant patronage, *Cornell Hospitality Quarterly*, 51(3), 344-362.
- Im, S., Bayus, B.L. and Mason, C.H. (2003). An empirical study of innate consumer innovativeness, personal characteristics, and new-product adoption behavior, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 31 (1), 61–73.
- Lam, T. and Hsu, C.H.C. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination, *Tourism Management*, 27, 589–599.

- Lee, M.J. and Back, K. (2007). Association members' meeting participation behaviors: development of meeting participation model, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 22 (2), 15–33.
- Kalafatis, S.P., Pollard, M., East, R. and Tsogas, M.H. (1999). Green marketing and Ajzen's theory of planned behavior: a cross-market examination, *Journal of Consumer Marketing*, 16 (5), 441–460.
- Kalaycı, Ş. (2006). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, 2. Baskı, Asil Yayınevi.
- Keaveney, S.M. and Parthasarathy, M. (2001). Customer switching behavior in online services: an exploratory study of the role of selected attitudinal, behavioral, and demographic factors, *Journal of Academy of Marketing Science*, 29 (4), 374–390.
- Kim, Y. and Han, H. (2010). Intention to pay conventional-hotel prices at a green hotel- a modification of the theory of planned behavior, *Journal of Sustainable Tourism*, 18(8), 997-1014.
- Kvasova, O. (2011). Socio-demographic determinants of eco-friendly tourist attitudes and behaviour, *Tourism Today*, 11, 73-95.
- Laroche, M., Bergeron, J. and Barbaro-Forleo, G. (2001). Targeting consumers who are willing to pay more for environmentally friendly products, *Journal of Consumer Marketing*, 18 (6), 503–520.
- Manaktola, K. and Jauhari, V. (2007). Exploring consumer attitude and behavior towards green practices in the lodging industry in India, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19 (5), 364–377.
- Mandese, J. (1991). New study finds green confusion, *Advertising Age*, 21, 1–56.
- McIntyre, R.P., Meloche, M.S. and Lewis, S.L. (1993). National culture as a macro tool for environmental sensitivity segmentation. In: Cravens, D.W., Dickson, P.R. (Eds.), *AMA Summer Educators' Conference Proceedings 4*. American Marketing Association, Chicago, pp. 153–159.
- Mensah, I., 2004. Environmental Management Practices in US Hotels, Retrieved from http://www.hotel-online.com/News/PR2004_2nd/May04EnvironmentalPractices.html on April 18, 2008.
- Mensah, I. (2006). Environmental management practices among hotels in the greater Accra region, *International Journal of Hospitality Management*, 25 (3), 414–431.
- Millar, M. and Baloglu, S. (2011). Hotel guests' preferences for green guest room attributes, *Cornell Hospitality Quarterly*, 52(3), 302-311.
- Oliver, J.D., Narr, A. and Harras, E. (2015). Festival attendees' perceptions of green hotel practices, *Journal of Tourism Insights*, 6(1), 1-27.
- Papadopoulos, I., Karagouni, G., Trigkas, M. and Platogianni, E. (2009). Green marketing: The case of timber certification, coming from sustainable forests management, promotion. In: *Annual International EuroMed Conference Proceedings 2*, The Research Business Institute, Salerno, Italy.
- Radwan, H.R.I., Jones, E. and Minoli, D. (2010). Managing solid waste in small hotels, *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (2), 175–190.
- Ritov, I. And Kahnemann, D. (1997). How people value the environment: attitudes versus economic values. In: Bazermann, M.H., Messick, D.M., Tenbrunsel, A.E., Wade-Benzoni, K.A. (Eds.), *Environment, Ethics, and Behavior*. The New Lexington Press, San Francisco, CA, pp. 33–51.
- Roberts, J.A., 1996. Green consumers in the 1990s: profile and implications for advertising, *Journal of Business Research*, 36, 217–231.
- Saad, G. and Gill, T. (2000). Application of evolutionary psychology in marketing, *Psychology and Marketing*, 17 (12), 1005–1034.
- UNWTO (2017). Climate change and tourism. Accessed: <http://sdt.unwto.org/content/faq-climate-change-and-tourism> Accessed Date: 02.08.2017
- Tilikidou, I., Delistavrou, A. and Sapountzis, N. (2014). "Customers' Ethical Behaviour towards Hotels", paper presented at the 5th International Conference "The Economies of Balkan and Eastern Europe Countries in the changed world" - EBEEC 2013, Istanbul, Turkey May 9-12, 2013, *Procedia Economics and Finance*, 9: 425 – 432.

- Weissenberg, A., Redington, N., ve Kutyla, D. (2008). *The staying power of sustainability: Balancing opportunity and risk in the hospitality industry*. Retrieved from New Jersey: <http://www.deloitte.com/us/thl>
- Zografos, C. and Allcroft, D. (2007). The environmental values of potential ecotourists: A segmentation study, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(1), 44-66.

GASTRONOMİ TURİZMİ AÇISINDAN MERSİN YÖRESİ MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ

Arş. Gör. Firdevs YÖNET EREN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
fyonet@nevsehir.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Aybuke CEYHUN SEZGİN
Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
aybukeelif@gazi.edu.tr

Özet

Yörelere yeme ve içme kültürleri çeşitli faktörlerden etkilenerek geçmişte ortaya çıkmış ve insanların etkisiyle değişime uğrayarak günümüze kadar var olmaya çalışmıştır. Bir bölge ya da yörenin yiyecek içecek kültürünün zengin olması mutfak kültürünün sürdürülebilirliğini sağlaması açısından yeterli değildir. Toplumlar için yeme-içme kültürünün sürdürülebilirliği var olan kaynakların ve değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarımı ile sağlanabilmektedir. Zengin yöresel yiyecek ve içecek çeşitliliğini mutfak kültüründe barındıran Mersin yöresi, geçmişten günümüze kadar bölge ve ülke mutfak kültürüne olumlu katkılar sağlamıştır. Bu çalışmada doğal güzellikleri ile turizm açısından önemli bir yöre olan Mersin'in mutfak kültürü incelenerek yöreye ait yemeklerle ilgili örnekler yer verilmiştir. Ayrıca çalışmada yörenin mutfak kültürü detaylandırılarak sürdürülebilirliğinin sağlanmasına ilişkin öneriler sunulmuş ve Mersin mutfağında yer alan cezerye, kerebiç, tantuni, batırık, içli köfte ve sıkma gibi yöresel lezzetlerin fotoğrafları, hazırlanışları ve sunum şekilleri hakkında bilgi verilmiştir. Bu çalışmanın ileride yapılacak olan benzer çalışmalara ışık tutarak katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi turizmi, Mersin mutfağı, Sürdürülebilir turizm.

MERSIN REGIONAL KITCHEN CULTURE SUSTAINABILITY IN TERMS OF GASTRONOMY TOURISM

Abstract

The eating and drinking cultures of the regions have been influenced by various factors in the past and they have tried to exist until the day by changing with the influence of the people. The richness of food and drink cultures in a region is not enough to sustain the sustainability of culinary culture. Sustainability of eating and drinking cultures belonging to communities can be achieved through preservation of existing resources and values and transfer to future generations. The Mersin region, which has a rich variety of local food and beverages in the culinary culture, has contributed positively to the culinary culture of the region and the country as from the past to the present day. In this study, Mersin's culinary culture, which is an important area in terms of tourism with its natural beauties, has been examined and examples about dishes belonging to the region have been given. In addition, the culinary culture of the region has been detailed in the study and suggestions for the sustainability of the region have been presented and photographs of the local delicacies such as cezerye, kerebiç, tantuni, batırık, içli köfte and sıkma in Mersin cuisine have been given. It is thought that this work will contribute to the future work by holding similar studies.

Keywords: Gastronomy tourism, Mersin cuisine, Sustainable tourism

1. GİRİŞ

Kültür, bir millet veya toplumda yaşayan insanların sahip olduğu, paylaştığı ve maddi ve manevi olarak oluşturduğu ürünlerin tamamını içeren bir kavramdır (Güney, 2000; Sandıkçıoğlu, 2016). İnsanların hayatını devam ettirebilmesi için en temel gereksinimlerden olan yeme ve içme alışkanlıkları kültür unsurları içerisinde yer almaktadır. Her yörenin tarihi geçmişine, yaşayan halkın yeme ve içme alışkanlıklarına, bulunduğu coğrafi konuma ve yetiştirilen tarım ürünlerine göre çeşitlenen bir mutfak kültürü bulunmaktadır (Sandıkçıoğlu, 2016). Yörelere mutfak kültürleri geçmişten günümüze kadar geçen süreçte birçok faktörün etkisiyle şekillenmiştir (Tüfekçi ve Kalkan,

2016). Yöresel yemekler buldukları bölge kültürünün vazgeçilmez bir parçasıdır. Bu nedenle yöresel mutfaklar bölge kültürü hakkında bilgi edinilmesinde önemli rol oynamaktadır (Aslan vd., 2014).

Günümüzde turistik destinasyonlar açısından yöresel mutfak kültürlerinin önemli kültürel miraslardan biri olduğu fark edilmiştir (Özdemir, 2008; Aslan vd., 2014). İnsanlarda bir bölgeye seyahat etme isteği uyandıran yöresel yemekler, ziyaret edilen alanın niteliğini arttıran önemli çekicilik unsurları arasında yer almaktadır (Güneş vd., 2008). Ülkelerin ekonomilerine katkıda bulunan, toplumların kültürel değerlerini koruyan ve turizm çeşitlerinden biri olan gastronomi turizmi, bölgelerin mutfak kültürünün sürdürülebilirliğini sağlaması açısından önem verilen konular arasında yer almaya başlamıştır. Son yıllarda yemek yeme bir gereksinimden ziyade farklı bölgelerin mutfak kültürlerini tanımak ve yemeklerin tadına bakmak amacıyla seyahatin önemli nedenlerinden biri olmuştur. İnsanların yerel bir yiyeceği denemek veya üretim sürecini izlemek amacıyla yörelere ve kırsal kesimlere seyahat etmesi olarak bilinen gastronomi turizmi (Yüncü, 2010), sürdürülebilir turizm ile ilişkilendirilmektedir. Ancak bölge veya yörelere özgü farklı ve zengin bir mutfak kültürünün bulunması yeterli olmamakla beraber bu mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması da önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır (Karaca vd., 2014).

Ülkemizin zengin mutfak kültürü ile ön plana çıkan yörelerinden olan Mersin, bulunduğu coğrafi konum itibarıyla gastronomi turizmi açısından önemli bir yöredir. Yemeye içme kültürü bakımından kendine özgü ayırt edici özellik ve farklılıklara sahip olan Mersin mutfağı zengin bir çeşitliliğe sahiptir (Anonim, 2017a). Bu çalışmada, Mersin yöresi ile tanınan yemeklerin özelliklerine yer verilmiştir. Ayrıca yörenin yiyecek ve içecek kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması ve gelecek nesillere nasıl aktarılması gerektiği hususlarında önerilerde bulunularak gastronomi turizmine katkı sağlanması hedeflenmiştir.

Gastronomi Turizmi

Turizm sektörünün insanların farklı amaçlarla yaptığı seyahatleri içeren ve tüm ülkeleri içine alan dinamik bir yapısı bulunmaktadır. Ayrıca her geçen gün insanların talep ve ihtiyaçlarına göre alternatif hizmetleri giderek artmaktadır. Ülkelerin veya yörelerin sahip olduğu mutfak kültürleri ve yeme-içme alışkanlıkları tek başına kültürel bir değer olarak düşünüldüğünde turizm ve mutfak kavramlarının arasındaki ilişki ortaya çıkmaktadır (Aracı ve Bucak, 2013).

Günümüzde yemek meraklılarının, yeme-içme hizmet sektöründe çalışanların ve medyanın artık sık sık kullanmaya başladığı gastronomi kavramı (Samancı, 2013), ülkelerin ve bölgelerin mutfak kültürlerini birbirinden ayıran, yörelere ait yiyecekleri, yemek hazırlama yöntemlerini ve beslenme alışkanlıklarını inceleyen bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Kivela ve Crotts, 2005). Günümüzde gastronomik ürünlerin birer çekim unsuru haline dönüşmesi nedeniyle ve insanların bu yiyecek ve içecek ürünlerini deneyimlemek adına yaptığı seyahatler gastronomi turizmi adıyla anılmaya başlamıştır (Yıldız, 2016). Ayrıca gastronomi turizminin tanımı destinasyonların yiyecek ve içeceklerini keşfetmek, bunlardan keyif almak, özgün ve hatırlanabilir gastronomi deneyimlerini yaşamak için yapılan seyahatleri kapsayan bir bilim dalı şeklinde yapılmaktadır (Kyriakaki vd., 2013).

Gastronomi turizmini açısından değerlendirildiğinde; birçok yiyecek veya içecek ile adını duyuran ülkelerin bulunduğu bilinmektedir. Örneğin şarap turizmi açısından İtalya, İspanya, Fransa, Avustralya ve Almanya önemli ülkeler arasında yer almaktadır. Peynir turizminde ise Fransa, İsviçre, İtalya ve Hollanda dünya çapında adını duyurmuştur (Güzel-Şahin ve Ünver, 2015). Bira turizmi ile adı duyuran bölge ise Kanada olarak bilinmektedir (Plummer vd., 2005). Türkiye ise sahip olduğu tarihi geçmişi, zengin mutfağı ve turistik çekicilik unsuru ile gastronomi turizmi açısından en çok tercih edilen ülkeler arasındadır. Özellikle Mersin, Adana, Hatay, Gaziantep ve Şanlıurfa illeri yöresel yiyecekleri ile ün yaparak gastronomi açısından ön plana çıkmıştır (Aslan, 2010).

Gastronomi ve Sürdürülebilir Turizm İlişkisi

Turizm çeşitleri arasında yer alan kültür turizmi sadece müze, tarihi yerler ve sanat galerilerine seyahat etmekle sınırlı değildir. Ayrıca yörelerin mutfak kültürlerini ve yeme-içme alışkanlıklarını öğrenmek

ve yemeklerini tatmak gibi gastronomiye ait deneyimleri de içermektedir (Santich, 2004). Bir yörenin gastronomi kültürünün tanıtımı o yörenin yeme-içme alışkanlıklarının sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemlidir (Kyriakaki vd., 2013).

Günümüzde sürdürülebilirlik terimi, genelden özele gidilerek açıklanabilen bir kavramdır. Sürdürülebilirlik; sürdürmek, sağlamak, devam ettirmek ve desteklemek gibi anlamları ile kullanılarak (WordNet, 2017), bir olayın veya sürecin sürdürülebilme kapasitesini açıklamaktadır (Işıldar, 2016). Sürdürülebilir turizm ise, turizmin temel kaynağının doğal, kültürel, sosyal, tarihi ve çevresel kaynaklar olduğu bilinciyle turizm endüstrisi, turistler, çevre ve yöre halkı arasındaki değişik ilişkiler sonucu ortaya çıkan pürüzleri indirgemeye çalışan bir yaklaşımdır (Kınacı vd., 2011).

Kültürlerin farklı toplumlara iletilmesinde turizm sektörünün büyük bir rolü vardır (Tuna ve Yanardağ, 2012). Yeme-içme alışkanlıkları ve faaliyetleri turizm endüstrisinin değiştirilemez ve tamamlayıcı bir paydasıdır (Aslan vd., 2014). Odak noktası yeme-içme olarak bilinen turizm hareketi olan gastronomi turizmi sayesinde turistler ziyaret ettikleri destinasyon merkezine kültürel anlamda yakınlık oluşturmaktadır (Plummer vd., 2005). Toplumlar ait mutfak kültürünün korunması turizm açısından önem taşıdığı gibi kültürel miras olarak gelecek nesillere aktarımının sağlanması bakımından da önemlidir (Gündüz, 2004).

Mutfak kültürlerinin gelecek kuşaklara aktarılması ve gastronomi amacıyla seyahat eden insanlara ulaştırılabilmesi için bölgelere özgü ürünlerin coğrafi işaret olarak tescil edilmesi gerekir. Coğrafi işaretleme sayesinde belirli niteliği olan ürünler, belirgin özelliklerinden dolayı yöreye özgü temaları ile kayıt altına alınmaktadır. Kayıt altına alınan ürünler o destinasyon merkezlerinin tanıtımında önemli rol oynamaktadır (Anonim, 2017b).

2. MERSİN MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN ÖZELLİKLERİ

Türk mutfağı, özgünlük ve çeşitlilik bakımından çok geniş bir yelpazeye sahiptir. Orta Asya'daki mutfak kültürünü Anadolu'ya taşıyan Türkler, farklı kültürlerle de karşılıklı etkileşim içine girmişlerdir. Balkan ve Orta Doğu yemek kültürlerinden etkilenen Türk mutfağının zenginliği, yöresel mutfakların çeşitliliğinden ortaya çıkmıştır. Bölgelere göre yöresel mutfak çeşitliliğinde ilk sıralarda yer alan Mersin mutfağı, Türk mutfağının zenginliğine katkıda bulunan önemli bir mutfak olarak bilinmektedir (Lokmanoğlu, 2013).

Mersin coğrafi konumu itibariyle, Akdeniz Bölgesi'nin Çukurova bölümünün batısında yer almakta ve Doğu Akdeniz Havzası'nın önemli bir bölümünü kapsamaktadır. Akdeniz'e kıyısı bulunan Mersin yöresinin, Kalkolitik, İlk Tunç ve Orta Tunç çağlardan beri bir yerleşim yeri olduğu yapılan kazılar sonucu ortaya çıkmıştır. Mersin yöresinde Hititler, Asurlar, Fenikeliler, Frikyalılar, Yunanlılar, Selefkoşlar, Araplar, Selçuklular, Karamanoğulları ve Osmanlıların kültür birikimine rastlamak mümkündür. Günümüzde Akdeniz, Mezitli, Toroslar ve Yenişehir merkez ilçeler olmak üzere, Anamur, Aydınçık, Bozyazı, Çamlıyayla, Gülnar, Erdemli, Mut, Silifke ve Tarsus olmak üzere 13 adet ilçesi bulunmaktadır (Anonim, 2017d).

Turizm açısından Türkiye'nin önemli merkezlerinden biri olan Mersin yöresini İl Kültür Müdürlüğü'nün 2013 verilerine göre 616.686 turist ziyaret etmiştir. Ayrıca verilerde Mersin'e giriş yapan yerli ve yabancı turist sayısının 231.628, konaklama tesislerinde kalan yerli ve yabancı turist sayısının ise 385.085 olduğu bilgisi yer almaktadır (Anonim, 2017f). Mersin'de yöresel yemeklerin çeşitlilik göstermesi ve insanların bu tatları yerinde tatma isteği yöreye yapılan turistik ziyaretlerin nedenleri arasında bulunmaktadır. Mersin'de yöresel yemeklerden bazıları Türkiye'nin diğer yöreleri ile benzer olmakla beraber, bazıları ise sadece Mersin yöresine özgüdür. Mersin yemekleri genel olarak Akdeniz, Güneydoğu ve Arap kültürü ile birleşmiştir. Ancak Mersin merkezi ile ilçe ve köylerde bazı farklılıklara rastlanılmaktadır. Anamur, Gülnar, Aydınçık, Mut, Silifke ve Erdemli'de Yörük gelenekleri, Mersin merkezde ve Tarsus'ta ise Güneydoğu ve Arap kültürü daha çok hakimdir (Öktem, 2008).

Mersin, Anadolu'nun güneyinde bulunan önemli şehirlerden biridir. Bulunduğu konum itibariyle çevresindeki bölgelerden oldukça fazla göç almıştır. Bu göçlerden dolayı Mersin yöresel mutfağı

değişimlere uğrayarak günümüzdeki halini almıştır (Yenipınar ve Yedigöz, 2015). Geçmişte çeşitli medeniyetler tarafından kullanılan ticaret yollarına ev sahipliği yapan Mersin; verimli toprakları, coğrafi konumu ve dört mevsimin aynı anda yaşandığı iklimi ile tarih boyunca farklı milletleri barındırmıştır. Mersin’de çeşitli din ve kültürlerle sahip insanlarla bir arada yaşamak toplumsal kaynaşmanın sonucu olarak mutfak kültürüne de yansımış ve yemeklerin çeşitlenmesini sağlamıştır. Özellikle Lübnan, Girit, Arap ve İtalyan kökenli insanlar mutfak kültürlerini Mersin’e getirerek geleneklerini burada da sürdürmüşlerdir. Bu sayede yemek kültürleri birbirleri ile etkileşerek farklı lezzetlerinde ortaya çıkmasını sağlamıştır (Yıldız vd., 2009). Mersin mutfağında Girit usulü mezeler ve Arap usulü yemek ve tatlılar bulunduğu gibi Türkmen ve Yörük yemeklerinin yer aldığı bilinmektedir (Lokmanoğlu, 2013). Doğa ve kültürel zenginliğin birleştiği Mersin, Akdeniz’in sunduğu balık ve diğer deniz ürünleri çeşitliliği ile ovidan dağlara doğru farklı bir iklimin çeşitlendirdiği tarım ürünlerine sahip bir yöredir. Bu özelliklerin verdiği zengin fauna ve flora zengin çeşitliliğe sahip bir mutfak kültürünü ortaya çıkarmıştır. Akdeniz’in tüm deniz kıyıları, tarih boyunca insanların sürekli hareket ettiği, deniz ticareti yolu ile değişik bölgelere yolculuk eden gemilerin ve insanların taşıdıkları kültürel farklılıklar Mersin mutfağının zengin bir mutfak olmasının nedenleri arasındadır (Anonim, 2017a).

Türk Patent Enstitüsü tarafından özgün nitelikte olan ve yöreye ait olma özelliklerine göre verilen coğrafi tescil işaretleri, yöresel ürünlerin ve yemeklerin tanıtımında büyük bir öneme sahiptir. Mersin yöresine özgü Anamur Muzu, Mersin Tantunisi, Mersin Cezeryesi ve Mut Kayısısı coğrafi işaret tescil belgesine sahip ürünlerdir. Ayrıca Mersin Harnup Pekmezi ve Kerebiç coğrafi işaret tescili amacıyla başvuru aşamasında olan ürünlerdir (Anonim, 2017b). Yöreye özgü bu ürünlerin coğrafi işaret belgelerinde belirtilen standartlar ve kendine has özelliklerine göre üretilmesi, hazırlanması ve sunulması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Yörelere mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından bölge ile özdeşleşmiş yiyecek veya içecekler için yapılan festivaller ve etkinliklerin önemi de büyüktür. Mersin yöresinde düzenlenen festival ve etkinlikler aşağıda sıralanmıştır (Anonim, 2017e);

- Geleneksel Batırık Şöleni (Erdemli, 3 Mayıs)
- Mut Kayısı Festivali (Haziran’ın 1.haftası)
- Narenciye ve Limon Festivali (16-17 Kasım)
- Geleneksel Üzüm, Elma ve Badem Festivali Gülnar Buluşması (28-30 Ağustos)
- Uluslararası Narenciye Festivali (Mersin, Kasım ayında)
- Anamur Muz Festivali (26-30 Temmuz)
- Geleneksel Yayla Köyleri Yaş Sebze Meyve Kültür Festivali (Erdemli, Ağustos ayında)
- Güzelyayla Şeftali Bayramı Kültür ve Turizm Şöleni (Ağustos ayında)

Mersin yöresi mutfak kültürünün genel özellikleri aşağıda maddeler halinde verilmiştir (Anonim, 2017d):

- Yörede kebab çeşitleri oldukça fazladır. Kebab çeşitlerinden bazıları sabah kahvaltısı ya da ara öğünlerde atıştırılabilir olarak da tüketilmektedir. En yaygın olanı ise neredeyse her sokak başında bulunan işletmelerde küçük parçalara ayrılan biftekten yapılan **tantuni**’dir.
- Çukurova ve Güneydoğu Bölgesi ile benzer özellikler gösteren mutfağın Mersin yöresine özgü yanları da bulunmaktadır. Fırında veya kızartılarak yapılan içli köfte Mersin yöresinde haşlanarak yapılmakta ve kızartmaya göre daha hafif özellik göstermektedir.
- Akdeniz’e kıyısı olması nedeniyle, Mersin mutfağında deniz ürünlerine rastlamak mümkündür. Deniz ürünlerinden **jumbo** adı verilen iri karidesler, Doğu Akdeniz’in en beğenilen balığı lagos, çipura, kalamar, akya, eşkina, ahtapot ve subye örnek olarak verilebilir.
- Özel bir yiyecek olan **zahtere** başka yörelerde az rastlanılmaktadır. Bu yiyecek leblebi tozu, dövülmüş karpuz çekirdeği, susam ve yiyeceğe adını veren zahter baharatından oluşan karışımla hazırlanmaktadır. Yöre halkı tarafından kahvaltıda sevilerek yenilen bu yiyecek ekmeğin içinin açılıp önce saf zeytinyağına batırılması ve bu karışımın eklenmesi ile hazırlanır.

- İçeceklerden ise yörede sıklıkla içilen şalgam suyu, yaz aylarında tüketilen meyan şerbeti ve yemeklerden sonra içilen Mersin usulü Tarsusî kahvesi yöreye özgüdür. Tarsusî kahvesi Türk kahvesidir ancak küçük fincan yerine çay bardağı ile servis edilmektedir.
- Yörede genellikle acılı ve bol baharatlı yemekler yapılmaktadır.
- Mersin mutfağında bulgur çok fazla kullanılmaktadır. İçli köfte, çiğ köfte, yeşil mercimekli köfte, topalak, fellak köftesi, batırık ve kısır gibi yemeklerin temel malzemesidir.
- Yöre mutfağında lezzetli et ve sebze yemekleri de mevcuttur. Sebze yemeklerine yörede kendiliğinden yetişen ebegümeci, kuzukulağı, ısırgan, gövelez, keper, mantar, gırnaz, hindiba ve semizotu gibi çeşitli otlar lezzet açısından ilave edilmektedir.

Mersin mutfağında bulunan bazı tatlı çeşitleri bölge de kendini ön plana çıkarmayı başarmıştır. Yöreye özgü tatlı çeşitlerinin başında havuçtan yapılan **cezerye**, Antep fıstığı ve irmikten yapılan **kerebiç**, kadayıf ve tuzsuz peynirden yapılan **künefe** gelmektedir. Özellikle Arapça havuç anlamına gelen cezer kelimesinden türeyen cezerye Mersin yöresi ile özleşmiştir (Ana, 2010). Mersin yöresinde genellikle Yörüklerin yaptığı bazlama sabah kahvaltısında sevilerek tüketilmektedir. Bazlamanın içine çökelek, peynir, kavurma, soğan, taze biber ve domates ilave edilerek sarılmakta ve yörede **sıkma** olarak adlandırılmaktadır (Anonim, 2017c).

Mersin Mutfağına Özgü Yemekler (Lokmanoğlu, 2013)

Çorbalar: Lebniye çorbası, Mahluta, Ekşili çorba, Analıkızlı, Erişte çorbası, Yüksük çorbası, Tavuk çorbası, Paça çorbası, Balık çorbası

Et Yemekleri: İçli köfte, Kıbbe, Davut paşa, Mortadella, İncikli, Nohutlu pirinç pilavı, Kıymalı patates, Etlı enginar, Tas kebabı, Hırısı, Ege dolması, Tantuni, Etlı ıspanak

Sebze ve Özel Yemekler: Tarator soslu pazı sapları, Zeytinyağlı patlıcan, Patlıcan dilmesi, Buluklu usulü pırasa yemeği, Kabak graten, Ispanaklı içli köfte, Patatesli kıymalı köfte, Kolakas (Gövelez), Yoğurtlu ölemeç, Zeytinyağlı bamya

Hamur İşleri: Tandır böreği, Fatayer, Bişi, Biberli ekmek, Tavuklu muska böreği, Zingol, Fatte, Sıkma, Zahterli ekmek, Susamlı çörek, Kake, Patlıcanlı börek

Tatlılar: Karakuş tatlısı, Örgülü tatlı, Künefe, Taş kadayıf, Lokma, Şam tatlısı, Peynirli irmik tatlısı, Kerebiç, Temriye, Aşure, Mağmuniye, Mihle

Mersin yöresi mutfağında yer alan cezerye, kerebiç, tantuni, batırık, içli köfte ve sıkma gibi yöresel lezzetlerin fotoğrafları, hazırlanışları ve sunum şekilleri hakkında aşağıda detaylı bilgi verilmiştir.

Cezerye



Fotoğraf 1. Cezerye

Cezerye tatlısının malzemelerini; havuç, toz şeker, un, nişasta, ceviz içi, fındık ya da Antep fıstığı oluşturmaktadır. Havuçlar ilk önce yıkanarak soyulur. İnce rendeledikten sonra yuvarlak dipli bir tencereye konulur. Üzerine şeker ve bir kahve fincanı su ilave edilerek, hafif ateşte pişirilir. Havuçlar iyice yumuşayınca üzerine un ve nişasta eklenir, tahta kaşıkla karıştırmaya devam edilir. Ateşin hafif olmasına dikkat etmek gerekir. Tatlı macun kıvamına gelince içine ceviz içi, Antep fıstığı ya da fındık parçaları atılır. İçi suyla ıslatılmış olan tabağa tatlı dökülerek şekil verilir. Buzdolabında bir süre bekletildikten sonra kesilip servis edilerek hazırlanır (Gürsoy, 2005).

Kerebiç



Fotoğraf 2. Kerebiç

Kerebiç tatlısının hamurunun malzemeleri; irmik, margarin, süt, gül suyu, portakal çiçeği suyu, un ve karbonattan oluşmaktadır. İç malzemesinde ceviz veya fıstık ve pudra şekeri bulunmaktadır. Köpüğü ise çöven otu, toz şeker, su, bal, limon suyu içermektedir. İrmik, un ve karbonat bir kaba alınır, el ile karıştırılarak ortası açılır. Suyu, sütü, eritilmiş yağı ve çiçek suları ortasına dökülerek, irmikli karışım el ile sıvı karışıma yedirilir ve iyice yoğrulur. Metal olmayan bir kapta, üstü ıslak bir bezle örtülerek, hava akımı olmayan bir yere kaldırılır. Bir gece bekletilir. Ceviz büyüklüğünde parçalar alınır ve aynı içli köftedeki gibi açılır istenilen iç koyulduktan sonra kapatılır. Yüksek dereceye ayarlanmış fırında, kızarıncaya kadar pişirilir. Köpüğü için; çöven otu iyice yıkanarak üzeri iki parmak geçecek şekilde su doldurulur. Bir gece bekletilir. Ertesi gün su seviyesi yarıya ininceye kadar pişirilir. Toz şeker ve su karıştırılarak şerbet kaynatılır. Koyulaştıktan sonra limon suyu ve bal eklenir. Çöven otu süzülür ve suyunun olduğu kap sıcak su dolu bir tencerenin üzerinde çırpılır. Daha sonra ateşten alınır ve ılık şerbeti yavaş yavaş çırpıma devam ederek köpüğü yedirilir. Aynı tabaklarda servis edilir ve zevke göre köpük miktarı ayarlanır. Üzerine tarçın serpiştirilerek servis edilir (Lokmanoğlu, 2013).

Tantuni



Fotoğraf 3. Tantuni

Tantuninin malzemeleri arasında biftek, sıvıyağ, soğan, yenibahar, kimyon, pul biber, karabiber, tuz ve maydanoz yer almaktadır. Biftekler kuşbaşının dörtte biri kadar küçük küçük doğranır ve yağı kızdırılmış olan tencerede kavurulur. Etlar suyunu verir ve geri çekilir. Soğan piyazlık doğranır ve etlere eklenerek kavurulur. Üzerine yenibahar, kimyon, pul biber, karabiber ve tuz eklenir. Ateşten almadan önce bol miktarda maydanoz ilave edilir. Açık ekmeğe dürüm yapılarak servis edilir (Lokmanoğlu, 2013).

Batırık



Fotoğraf 4. Batırık

Batırığın malzemelerini; ince bulgur, su, ceviz içi, soğan, domates, taze soğan, maydanoz, nane, fesleğen, limon suyu, tuz ve kırmızı pul biber oluşturmaktadır. Bulgur ayıklanır ve geniş bir kaba alınır. Üzerine sıcak su dökülür, kapağı kapatılır ve bekletilir. Ceviz havanda dövülür. Kuru soğan ince ince doğranır. Taze soğan, maydanoz, taze nane ve fesleğen yıkanıp ince ince doğranır. Domates küp şeklinde doğranarak eklenir. Sebzeler, limon suyu, tuz ve kırmızı pul biber bulgura eklenerek yoğrulur. Ceviz ilave edildikten sonra avuç içi ile sıkımlar yapılarak servis edilir (Şanlıer vd., 2014).

İçli Köfte



Fotoğraf 5. İçli köfte

İçli köftenin dış harcında; kıyma (iki kere çekilmiş), köftelik bulgur, yumurta, ılık su, un, soğan, irmik, biber salçası, domates salçası, tuz bulunurken iç harcında yağlı kıyma, tereyağı, soğan, ince kıyılmış maydanoz, tuz, karabiber, çekilmiş ceviz içi yer almaktadır. Dış kısmı için kıyma hariç tüm malzeme karıştırılarak yoğrulur. Yoğururken eller ılık suyla ıslatılır. Malzeme iyice karışınca kıyma eklenir. İç harcı için tüm malzemeler tereyağında kavrulur. İldikten sonra buzdolabında bir saat kadar bekletilir. Köftesi için hazırlanan dış kısmı yumurta büyüklüğünde parçalara ayrılır. El ile içi hafif çukurlaştırılarak yuvarlak hale getirilir. Soğumaya bırakılan iç malzemeden ceviz büyüklüğünde parçalar alınıp içine yerleştirilerek yuvarlayarak kapatılır. Zeytinyağı veya ayçiçek yağı tencerede kızdırılır ve hazırlanan içli köftelerin her iki tarafı yağda kızartılarak servis edilir (Gürsoy, 2005).

Sıkma



Fotoğraf 6. Sıkma

Sıkmanın malzemeleri arasında un, soğan, margarin, peynir, maydanoz, bayat ekmek, pulbiber, karabiber ve tuz yer almaktadır. Soğanlar küçük küçük kıyılarak yağda pembeleşinceye kadar kavurulur. Peynir ilave edilir. Kıyılmış maydanoz, tuz, karabiber ve pulbiber ile birlikte karıştırılan malzeme tekrar kavurulur. Hamurunu hazırlamak için bayat ekmek bir bardak suyla ıslatılır. Ekmeklerin suyu sıkılır, un, tuz ve suyla yoğurularak sert bir hamur hazırlanır. Hamur küçük parçalara ayrılır. Unlayarak ince yufka şeklinde açılır. Açılan yufkalar iki taraflı olarak sıcak saçta pişirilir.

Pişen yufkaya sıcak haldeki margarin sürülür ve arasına hazırlanan harçtan koyulur. Sıkıca sarılarak servis edilir (Gürsoy, 2005).

3. SONUÇ ve ÖNERİLER

Gastronomi turizmi, bölgelere sağladığı destekler sayesinde sürdürülebilir turizm anlayışının ortaya çıkmasında önemli bir rolü üstlenmektedir. Gastro turistlerin daha çok yöresel ürünleri tercih ettikleri ve özellikle geleneksel yiyecek ve içeceklerle olan eğilimlerinin diğer turist çeşitlerine göre daha yüksek düzeyde olduğu bilinmektedir. Bu nedenle gastronomi turizmi yerel ekonomik endüstrilere, yeni yatırımların yapılmasına ve bu sektörlerin gelişmesine, yöresel değerlerin korunmasına ve sürdürülebilirliğe olumlu destekler sağlamaktadır (Güzel-Şahin ve Ünver, 2015).

Mutfak kültürünün sürdürülebilmesinde gastronomi turizmi, bölge için özel bir konumdur. Gastronomi turizmi için bölgeye gelen turistler sayesinde hem yörenin yemek kültürünün devam etmesi sağlanmakta hem de turistler yemek kültürünü öğrenerek gastronomi turizminin yayılmasına katkı sağlayabilmektedir. Mersin yöresinin mutfak kültürü kendine özgü bazı özel yiyecek ve içecekleri ile ön plana çıkmaktadır. Ancak mevcut durum Mersin mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından yeterli olarak görülmemektedir. Bu nedenle aşağıda Mersin mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması için bazı öneriler sunulmaktadır.

- Mersin yöresi sahip olduğu tarihi, dini ve coğrafi özelliklerinden dolayı oldukça fazla yerli ve yabancı turist çekmektedir. Mersin’de yöreye özgü fazla sayıda lezzetli yiyecek ve içeceklerin bulunması bölgeye özgün farklı bir mutfak kültürünün oluşumunu sağlamıştır. Bu nedenle mutfak kültürüne sahip çıkılmalı ve yöre mutfağı ile ilgili tanıtımın yapılabileceği bir mutfak müzesi oluşturularak tanıtım çalışmaları yoğunlaştırılmalıdır. Bu sayede yörenin mutfak kültürü somut bir kültürel mirasa dönüştürülebilir imkâna kavuşabilecektir.
- Mersin yöresinde valilik, kaymakamlık ve ticaret odaları gibi kurum ve kuruluşlar coğrafi işaret alınabilecek nitelikte olan ürünleri ve standartları belirleyerek coğrafi işaret başvurusu yapmalıdır. Bu sayede yöreye ait yemeklerin malzemelerinde ve hazırlanmasında özüne bağlı kalınarak değişiminin ve kaybolmasının engellenmesi sağlanabilecektir.
- Mersin mutfak kültürü ile ilgili sınırlı kaynaklar bulunmaktadır. Bu nedenle yöreye özgü mutfak kültürüne ilişkin tanıtım kitabı ile yemek tariflerinin gelecek kuşaklara bozulmaya uğramadan aktarılması adına yemek tarifleri kitabı, broşür veya CD hazırlanmalıdır.
- Gastronomi turizmini geliştirebilmek için yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yöreye özgü yemeklere yer verilmesi gerekmektedir. Ayrıca gelen yerli ve yabancı turistlere yemeğin özüne bağlı bir şekilde sunum yapılarak yerel yemeklerin tanıtımı sağlanmalıdır.
- Yörede gastronomi imajı oluşturulmalı ve Mersin yemek kültüründe bulunan temel yiyeceklerin sürdürülebilirliğinin sağlanması adına yiyeceklere ilişkin festivaller ve şenlikler düzenlenmelidir. Ayrıca büyük şehirlerde organize edilen mutfak kültürleri tanıtım etkinliklerine Mersin mutfak kültürünü iyi bir şekilde tanıtabilecek aşçıların katılımı sağlanmalıdır.

Mersin yöresinin mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması ve gelecek kuşaklara bu kültürel değerlerin özüne bağlı kalınarak iletilebilmesi için çalışmada yer verilen öneri ve hususların önemli olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmanın yöresel mutfak kültürleri ve sürdürülebilirliğinin sağlanması hakkında ileride yapılabilecek benzer çalışmalara alt yapı sağlayacağı varsayılmaktadır. Ayrıca yapılacak çalışmalarda yörede yaşayan halkın ve yöreye gelen ziyaretçilerin görüşlerine yer verilerek konu hakkında kapsamlı sonuçlara varmanın mümkün olacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Ana, D. (2010). Akdeniz’e Nazır Lezzet Adresi: Mersin-Tarsus Mutfağı. AnadoluJet Magazin, Ekim, <http://www.anadolujet.com/aj-tr/anadolujet-magazin/2010/ekim/makaleler/akdenize-nazir-lezzet-adresi-mersin---tarsus-mutfagi.aspx>. (Erişim Tarihi:20/06/2017).

- Anonim (2017a).<http://berfendber.blogspot.com.tr/search?q=Mersin+mutfa%C4%9F%C4%B1> (Erişim Tarihi: 19/06/2017).
- Anonim (2017b).www.tpe.gov.tr/TurkPatentEnstitusu/commonContent/CAAbout. (Erişim Tarihi: 19/06/2017).
- Anonim (2017c).<http://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/mersin/kulturatlasi/mersinde-mutfak-kulturu>. (Erişim Tarihi:19/06/2017).
- Anonim (2017d).<http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR,73474/ne-yenir.html>. (Erişim Tarihi: 04/07/2017).
- Anonim (2017e).<http://www.tanitma.gov.tr/TR,92078/mersin.html>. (Erişim Tarihi:05/07/2017).
- Anonim (2017f). <http://www.mersinkulturturizm.gov.tr/TR,73541/istatistikler.html>. (Erişim Tarihi:03/08/2017).
- Aracı, T., Bucak, Ü. E. (2013). Türkiye’de Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16 (30); 207-220.
- Aslan, H. (2010). Gastronomi Turizminin Turizm Eğitimi Programlarındaki Yeri ve Önemi Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Aslan, Z., Güneren, E., Çoban, G. (2014). Destinasyon Markalaşma Sürecinde Yöresel Mutfağın Rolü: Nevşehir Örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(4); 3-13.
- Gündüz, F. (2004). Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği, Planlama, 1. http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/3c04118df112c13_ek.pdf.
- Güneş, G., Ülker, H.İ., Karakoç, G.(2008). Sürdürülebilir Turizmde Yöresel Yemek Kültürünün Önemi. II. *Ulusal Gastronomi Sempozyumu ve Sanatsal Etkinlikler*, 10-11 Nisan 2008. Antalya.
- Güney, S. (2000). *Davranış Bilimleri*. Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Gürsoy, D. (2005). *Kuzeyden Güneye, Doğudan Batıya Yöresel Mutfağımız*. Oğlak Yayıncılık, 542-579. İstanbul.
- Işıldar, P. (2016). *Gastronomi ve Turizm*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Karaca, O. B., Yıldırım, O., Çakıcı, A. C. (2014). Girit Yemek Kültürü ve Sürdürülebilirliği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3 (1); 3-13.
- Kınacı, B., Pehlivan, N.A., Seyhan, G. (2011). *Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)*, Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Kivela, J., Crofts, C. J. (2005). Gastronomy Tourism, *Journal of Culinary Science and Technology*, 4 (2-3); 29-55.
- Kyriakaki, A., Zagkotsi, S., Trihas, N. (2013). Creating Authentic Gastronomic Experience through Local Agricultural Products: The “Greek Breakfast” Project. *5th International Scientific Conference- Tourism Trends and Advances in the 21st century*. Rhodes: University of the Aegean.
- Lokmanoğlu, Y. (2013). *Dünden Bugüne Mersin Mutfağı*. Akılçelen Kitaplar Yayınevi. Ankara.
- Öktem, Ş. (2008). Turizm Sektöründe Standart Reçetelerin Önemi Kapsamında Bir Çalışma: Mersin Yöresel Yemekleri. Mersin Sempozyumu, 19-22 Kasım 2008, Mersin, Türkiye.
- Özdemir, G. (2008). *Destinasyon Pazarlaması*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Plummer, R., Telfer, D., Hashimoto, A., Summers, R. (2005). Tourism Management Beer tourism in Canada Along the Waterloo-Wellington Ale Trail, 26 (3); 447-458.
- Samancı, Ö. (2013). Gastronomi Terimi Üzerine. <http://foodinlife.com.tr/makale/616> (Erişim Tarihi: 19/06/2017).
- Sandıkçioğlu, T. (2016). *Türk Mutfak Kültürü*. Anadolu Üniversitesi Yayını No:3286, Açıköğretim Fakültesi Yayını No:2149, Eskişehir
- Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and its Relevance to Hospitality Education and Training, *International Journal of Hospitality Management*, 23; 15-24.
- Şanlıer, N., Ertas, Y., Gezmen Karadağ, M., Çelebi, F. (2014). *Geleneksel Türk Mutfağından Seçmeler*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Güzel-Şahin, G. G., Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak Gastronomi Turizmi: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma Gastronomy Tourism as a Commodity of. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2); 63-73.

- Tuna, M., Yanardağ, A. A. (2012). *Turizm Sosyolojisi*. T.C. Anadolu Üniversitesi. Eskişehir.
- Tüfekci Ö. K., Kalkan G. (2016). Sürdürülebilir Mutfak Kültürü Kapsamında Eğirdir Mutfak Kültüründe Yöresel Yiyeceklerin Sürdürülebilirliği. *II. Ulusal Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, 116-126. 28-30 Nisan 2016. Antalya.
- WordNet. (2017). Sustainability. Dictionary.com, Princeton University. <http://dictionary.reference.com/browse/sustainability>. (Erişim Tarihi:19/06/2017).
- Yenipınar, U., Yedigöz, R. (2015). Geçmişin Anılarını Taşıyan Tören Yemeklerinin Turistik Ürün Potansiyeli Açısından Değerlendirilmesi: Mersin Örneği. *I. Eurasia International: Current Issues, Trends, and Indicators*, 503-512.
- Yıldız, A., Tuna, Ö., Değirmenci, Y. (2009). Mersin İli Geleneksel Ürünleri. *II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, 415-418, 27-29 Mayıs 2009. Van.
- Yıldız, Ö.E. (2016). *Gastronomi ve Turizm*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*. 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı, Kabataş Kurultayı Yayınları No: 11, Detay Yayıncılık, Ankara.

KASTAMONU'NUN MAĞARA TURİZMİ POTANSİYELİ VE GÖRSEL ETKİSİ

Doç. Dr. Çiğdem SAKICI
Kastamonu Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
csakici@kastamonu.edu.tr

Suzan ÇELİK
Kastamonu Orman Bölge Müdürlüğü
suyice@gmail.com

Özet

Kastamonu'da yer alan potansiyel ekoturizm alanı olabileceği düşünülen 12 mağara alanı (Dağlı Kuylucu, Ilgarani Mağarası, Aktepe Mağarası, Cehennem Çukuru, Kılıçlı Mağarası, Mantar Mağarası, Subatan Mağarası, İnönü Mağarası, Kızılcasu Bölgesi, Medil Mağarası, Sarpunalınca Mağarası ve Sisli Mağarası) literatürden ve yerel halktan edinilen bilgiler doğrultusunda belirlenmiştir. Bu alanların her birine araştırmacı tarafından bizzat gidilerek fotoğraf ve kamera kayıtları gerçekleştirilmiştir. Alanlar hakkında araştırmalar yapılarak detaylı bilgiler elde edilmiştir. Kullanıcılar tarafından en çok beğenilen mağaranın belirlenebilmesi için anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu anket çalışması alana daha önce gitmiş ve alan hakkında bilgisi olan 41 kişiden oluşan özel grup tarafından yapılmıştır. Bu kişilere gösterilen alanlardan en çok beğendikleri mağara, beğeni sebepleri ile birlikte sorgulanmıştır. 12 mağara içerisinde daha etkileyici bulunduğu için en çok tercih edilen Dağlı Kuylucu Mağarası'nın görsel etkisi, kullanıcılar üzerinde oluşturduğu hisler ve bu alanda gerçekleştirilmek istenen etkinliklerin belirlenebilmesi için 160 kişinin katıldığı ikinci anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Ekoturizm açısından alanda yürüyüş, fotosafari, bitki ve hayvan gözlemciliği yapılabilecek olan Dağlı Kuylucu'nda daha çok enerji gerektiren etkinlikler gerçekleştirilmek istenmiştir. Alan kullanıcılar üzerinde huzur verici, rahatlatıcı ve mutluluk uyandırıcı etkiler bırakmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kastamonu, Mağara turizmi, Dağlı Kuylucu, Görsel Etki.

KASTAMONU'S CAVE TOURISM POTENTIAL AND VISUAL EFFECT ON THE USER

Abstract

12 cave areas (Dağlı Kuylucu, Ilgarani Cave, Aktepe Cave, Hell Valley, Kılıçlı Cave, Mantar Cave, Subatan Cave, İnönü Cave, Kızılcasu Region, Medil Cave, Sarpunalınca Cave ve Sisli Cave) that are located in Kastamonu and could be potential ecotourism areas were identified. Photographs and camera record was taken in each of these areas by researchers. Extensive, detailed informations about of researching the areas were obtained. A survey was conducted to determine the most popular cave by users. This survey study was done a special group consisting of 41 people who have been in these areas and have got informations about them. The cave, which is most liked from the caves shown to these people, was interrogated together with the reasons of appreciation. Because it is more impressive in the 12 caves, the second survey conducted by 160 people was carried out to determine the visual effect of the most preferred Dağlı Kuylucu Cave, the feelings it creates on the users and the activities to be performed in this area. It is desired to perform activities that require more energy in Dağlı Kuylucu where hiking, photography, plant and animal observing can be done in terms of ecotourism. The area has left a peaceful, relaxing and delightful effect on the users.

Keywords: Kastamonu, Cave Tourism, Dağlı Kuylucu, Visual Effect

Bu çalışma Doç. Dr. Çiğdem SAKICI danışmanlığında Suzan ÇELİK'in 2015 yılında yaptığı 'Kastamonu'daki Bazı Kaynak Değerlerinin Farklı Yaşlardaki Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi' adlı yüksek lisans çalışmasından üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Doğal alanlar insanlara sağlıklı, dengeli, yenileyici ve yararlı ortamlar oluşturur. İnsanlar üzerinde sınırları yatıştırıcı ve dinlendirici rol oynar (Sakıcı, 2014a). Kastamonu doğal güzellikleri ve zenginliği ile bir ekoturizm cennetidir. Şehir, doğa manzaraları, göller, kanyonlar, köy plajları, mağaralar, su

kaynakları, yaylalar, şelaleler gibi birçok farklı kaynak değerine sahip doğal güzellikleri ve zenginliği ile diğer illerle kıyaslanmayacak düzeyde bir zenginliğe sahiptir. Ancak Kastamonu’da hak ettiği değere kavuşmamış birçok potansiyel ekoturizm alanları yer almaktadır. Bu alanların bazıları yerel halk tarafından dahi bilinmemekte ve kullanılmamaktadır. Bu alanları mutlaka gün yüzüne çıkartılıp potansiyel ekoturizm alanlarına dönüştürülmesi gerekir. Kastamonu’da yer alan mağaralar da bu potansiyel ekoturizm alanlarından bir tanesidir. Kastamonu ilinde mevcut ekoturizm potansiyelin değerlendirilerek kırsal turizmden hak ettiği payı alabilmesi için doğal ve çekicilik yaratan özellikleri, doğa turizmine yönelik eşsiz olanakları ile koruma-kullanma dengesi içerisinde ekoturizm amaçlı değerlendirilmelidir. Bu açıdan bu çalışma kapsamında kentin önemli kaynak değerlerinden olan mağaralar irdelenerek bu alanların ekoturizme kazandırılması amaçlanmıştır. Böylece kentin gelişimine katkı sağlanması planlanmaktadır.

Dünyadaki diğer ülkelerle karşılaştırıldığında ülkemiz “mağara cenneti” olarak adlandırılabilir. Günümüze kadar tüm yerli ve yabancı mağaracı gruplarının araştırdığı mağara sayısı 2000-2500 kadardır. Ülkemizde 40.000 üzerinde mağara bulunduğu tahmin edilmektedir. Ana kaya oluşurken veya oluşuktan sonraki fiziko-kimyasal olaylarla oluşan mağaralara doğal mağara adı verilir. Bu grup mağaralar olduğu kayaya bağlı olarak, gelişim zamanına göre birincil mağaralar veya ikincil mağaralar olmak üzere iki alt gruba ayrılırlar. Ana kaya ile birlikte oluşan mağaralara birincil mağara adı verilir. Lav mağaraları, buzul mağaraları, traverten boşlukları gibi. anakaya oluşuktan sonra gelişen mağaralara da ikincil mağaralar adı verilir (Arpacı ve ark., 2012). Mağaralar doğal soğuk hava depolamacılığı, hayvansal ürünlerin (tulum peyniri, yağ,..) olgunlaştırılması ve korunması, kültür mantarcılığı, solunum yolu hastalıkları, sıvılaştırılmış gaz, doğalgaz ve akaryakıt depolanması, askeri amaçlarla sığınak ve korunak, guano (yarasa gübresi) üretimi, plaser mineral çıkarımı ve turizm amacıyla kullanılmaktadır (Gürdalı, 1983; Doğaner 2001). Önceleri bilimsel ve sportif amaçlı ziyaret edilen mağaralar, çeşitli çevresel düzenlemelerle turizm hizmetine sunulmaya başlanmıştır. İlginç mağara içi şekil ve yapıları sahip olan, insanların rahatlıkla gezmesine olanak verecek boyutlara sahip mağaralar turizm açısından önemli kaynak değeri sergiler. Dünyada turizme açılan mağara sıralamasında ABD 229 mağara ile birinci sırada, Fransa 114 mağara ile ikinci sırada, Japonya 93 mağara ile üçüncü sıradadır. Türkiye ise 33 mağara ile onuncu sıradadır (Arpacı ve ark., 2012). Ülkemizin hemen hemen her bölgesindeki mağaralardaki çeşitlilik ve zenginlik görsel ve sportif amaçlı mağara turizmi açısından büyük bir potansiyel oluşturmaktadır. Ancak onbinlercesi bulunan bu zenginlikten sadece 33 tanesi dışında ne yazık ki gerektiği gibi yararlanılamamaktadır.

Bu çalışma kapsamında Kastamonu’da yer alan mağaraların insanlar üzerindeki görsel etkileri irdelenmiş ve bu tarz alanlarda hangi ekoturizm etkinliklerinin gerçekleştirilebileceği belirlenmeye çalışılmıştır. Dış mekan etkinlikleri, insanların fiziksel (kalp atışı, solunum, kan basıncı vb.) (Ulrich,1991), psikolojik (korku, endişe, depresyon, yalnızlık, stres vb.) (Marcus ve Barnes, 1999) ve davranışsal (uykusuzluk, sinirlilik, dirençsizlik, pasif olma vb.) (Ulrich, 1999) açıdan kendini iyi hissetmesine katkı sağlayan aktivitelerdir. İnsanların buldukları ortamlardan büyük ölçüde etkilendikleri, daha da önemlisi buldukları ortamın insanların mutluluklarını ve mutsuzluklarını etkiledikleri bilinmektedir. Bu etkilenmeyi yapan büyük ölçüde bu çevreleri oluşturan mekansal öge ve bileşenlerin nitelikleri ve görünümleridir (Sakıcı, 2014b; Sakıcı, 2015). Bu açıdan Kastamonu’daki mağaraların mekansal öge ve bileşenleri belirlenip bunların kullanıcı üzerindeki etkileri ortaya konularak bu mağaraları ziyaret eden kişilerin hisleri ve bu mekanlarda gerçekleştirebilecekleri etkinlikler ortaya konulmuştur.

Sonuç olarak bu çalışma ile; Kastamonu’da bulunan farklı mağara alanları ele alınarak öncelikle alanları daha önce görmüş ve bu alanlar hakkında bilgi sahibi olan kullanıcılar tarafından bu mağaralardan en çok hangisinin beğenildiğinin beğenme nedenleriyle birlikte ortaya konulması amaçlanmıştır. Daha sonra beğenilen mağara alanının farklı yaş grubundaki kullanıcılar tarafından değerlendirilip, alanın sahip olduğu mekansal öge ve bileşenlerine bağlı olarak alanın görsel değeri, kullanıcılar üzerinde oluşturduğu hisler ve bu alanlarda hangi etkinliklerin gerçekleştirilmek istendiği ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Kastamonu’da yer alan potansiyel ekoturizm alanı olabileceği düşünülen literatürden ve yerel halktan edinilen bilgiler doğrultusunda Dağlı Kuylucu, Ilgarani Mağarası, Aktepe Mağarası, Cehennem Çukuru, Kılıçlı Mağarası, Mantar Mağarası, Subatan Mağarası, İnönü Mağarası, Kızılcasu Bölgesi, Medil Mağarası, Sarpunalınca Mağarası ve Sisli Mağarası olmak üzere 12 mağara alanı çalışma materyali olarak belirlenmiş ve Dağlı Kuylucu toplam 12 farklı mağara içinden en çok tercih edilen mağara olmuştur (Şekil 1.).

Şekil 1: Mağaraların Harita üzerindeki konumları



Aktepe Mağarası, Kavakören Bölgesi’nde Yerağıl Yaylasında yer alan 1500 m rakımlı mağara Çatalzeytin merkeze 36 km uzaklıktadır. Mağara yerli halk tarafından bilinen ama kullanılmayan mağaralardan biridir. Mağara dere kenarına çok yakın olduğu için ve giriş kısmı kil ile dolu olduğundan içeri giriş oldukça güçtür. Alanda foto safari, trekking ve mağara turizmi aktiviteleri yapılabilir.

Cehennem Çukuru, Pınarbaşı ilçe merkezine uzaklığı 36 km olup Sümenler Köyü Kazla Mahallesi Top Meydanı mevki’den orman yoluna sapılır ve Mantar Mağarasına doğru yönüne doğru gidilir. Cehennem Çukuruna orman içindeki patika yoldan yaklaşık 40-50 dakikalık yürüyüşle ulaşılır. Ilgarani ve Mantar Mağarası yol güzergâhında yer alır. Pınarbaşı merkeze 30 km uzaklıktadır. Alanda foto safari, trekking ve mağara turizmi aktiviteleri yapılabilir.

Dağlı Kuylucu, Dağlı Köyü sınırları içinde yer alıp, Şenpazar’a 40 km mesafededir. Resmi açıklamalara göre 400-500 m derinliğinde bir lapyra (kokurdan)’dır. Harmangeriş-Dağlı yolu üzerinden; Dağlı Köyü’ne ulaşmadan hemen önceki orman deposundan ilerlenerek ulaşılmaktadır.

Düden; yolun sol altında yer alır ve yoldan görülmez. Dağlı Kuylucu adıyla anılan çok geniş bir çukur olan alan dağcılık ve mağara turizmi için görülmeye ve gizemini çözmeye değer bir yerdir. 400 m derinliğinde, normal olarak inilmesi mümkün olmayan duvarları kaya ve taş aralarında ağaçların bulunduğu Kuylucu'nun dibinde su kaynağı bulunduğu ve buradan çıkan suyun yine aynı çukurun dibinden yerin altına doğru süzüldüğü söylenmektedir. Türkiye'nin en derin mağaraları sıralamasında 17'inci Kastamonu'da ve Karadeniz Bölgesinde 1'inci sırada yer alması sebebiyle mağara turizmi açısından oldukça ilginç ve görülmeye değer bir dikey mağaradır. Ekoturizm açısından yürüyüş, foto safari, bitki ve hayvan gözlemciliği yapılabilir.

Kızılcasu Mağarası, Şenpazar ilçe merkezine yaklaşık 15 km uzaklıkta olup Şenpazar Başçavuş Mahallesi, Arpadüzü Arap yeri istikametinde orman yolu üzerinde yer alan mağara içeriye doğru 5-6 m derinliğe sahiptir. Halk arasında Attepe deresinde Kuruluk İni olarak bilinir.

Ilgarini Mağarası, Pınarbaşı ilçe merkezine uzaklığı 36 km olup, Sümenler Köyü, Kazla mahallesi Top Meydanı mevkiine kadar vasıta ile ulaşmak mümkündür. Sorkun Yaylasından itibaren dik ve kayalık orman içi patika yoldan yaya olarak 2 saat yürüyerek mağaraya ulaşılır. Mağaranın tabii kemerli bir girişi vardır. İçeri girildiğinde iki kola ayrıldığı görülür. Girişte Bizans dönemine ait olduğu sanılan bir köy yıkıntısı mevcuttur. Sağdaki düz yoldan gidildiğinde bir su sarnıcı bulunmaktadır. Bu sarnıç zaman içinde tahribata uğramıştır. Mağaranın sola ayrılan diğer yolundan gidildiğinde ağızdan itibaren 250 m derinliğe kadar inilmekte ve M.Ö. 2000 li yıllara ait insan yaşantısı izlerine rastlanmaktadır. Bu değerleri ile dünyanın 4. mağarası olduğu bilinmektedir. Yolun başlangıcından aşağıya inildiğinde küçük bir düzliğe ulaşılmaktadır. Alanda kilise kalıntısı ve mezarlar vardır. Mağaranın ulaşılabilen yere kadar uzunluğu 858 m'dir (URL-1, 2014).

İnönü Mağarası, mağaraya Devrekâni Çatalzeytin yolundan Eski İnebolu yoluna Şenlik Köyü yönüne dönülerek ulaşılır. Mağara Sarpunalınca Köyü'ne 1 km Devrekâni merkeze 20 km uzaklıktadır. Ekoturizm açısından foto safari, yürüyüş ve mağara turizmi yapılabilir.

Kılıçlı Mağarası, Çamdibi Köyü'ndeki Kılıçlı Mağarası doğal ve tarihi açıdan çok önemli bir oluşumdur. Sarkıt ve dikitleri ile muhteşem bir görsellik sunmaktadır. Mağaranın girişi ağaçların, çalılıkların arasına gizlenmiştir. 350 m derinliğindeki mağaranın tabanı farklı boyutlardaki havuzlarla kaplıdır. Sarkıt ve dikitler hoş görüntüler sunmaktadır (URL-2, 2014).

Mantar Mağarasına, Pınarbaşı ilçe merkezine uzaklığı 36 km olup Sümenler Köyü Kazla Mahallesi, Top Meydanı Mevkii'nden orman yoluna sapılarak ulaşılır. Mantar Mağarası'na orman içindeki patika yoldan yaklaşık 50-60 dakikalık yürüyüşle ulaşılır. Ilgarini Mağarası güzergâhı üzerinde yer alır. Pınarbaşı merkeze 30 km uzaklıktadır. 2 m çapında girişe sahip olan Mantar mağarası, adını girişten 30 m içerideki 4 m yüksekliğindeki dev mantarı andıran kalker kütlesinden almaktadır. Ekoturizm açısından yürüyüş, bitki gözlemciliği, foto safari yapılabilir.

Medil Mağarası, Azdavay ilçe merkezine 6 km uzaklıkta bulunan mağaraya ulaşımın 5,5 km si araçla 500 m si orman içi patika yoldan yürüyerek sağlanır. Karakuşlu Köyüne bağlı Ayvat mahallesinde Medil ormanı içerisinde yer almaktadır. Pamukkale'nin gün görmemiş yüzü olarak adlandırabileceğimiz Medil mağarası M.Ö. dönemlerde bir sığınak veya ibadethane olarak kullanıldığı tahmin edilmektedir. Mağaranın doğusunda bina harabeleri görülmektedir. Ayrıca mağara içerisindeki havanın astım hastalarının rahat nefes almasını sağladığı ve şifa verdiği bilinmektedir. Alanda mağara turizmi, yürüyüş, foto safari ve bitki gözlemciliği gibi turistik aktiviteler yapılabilir.

Sarpunalınca Mağarası, Küre yakınlarındaki Devrekâni'ye bağlı Şenlik Köyü Sarpunalınca Mahallesi'nde yer almaktadır. Mağaraya Küre-Sarpunalınca orman yoluyla ulaşılmaktadır. Tamamen yatay ve aktif mağara tipindedir. 662 m uzunluğundaki mağara Sarpunalınca bölgesinde toplanan suları drene etmektedir. Mağara içerisinde sular bir çatlak boyunca, kaya blokları arasından ilerlemekte, çıkıştaki 3.5 m lik küçük bir sifonla, kaynak şeklinde boşalmaktadır. Mağara ağızında bulunan yeşil alan kamp için çok uygundur. Kaynak çıkış ağızında bulunan ve sifona kadar uzanan nane tarlası geziye ayrı bir güzellik katmaktadır (URL-3, 2015).

Sisli Mağarası, Devrekâni merkeze 20 km uzaklıktaki Alçılar köyü yakınlarındadır. Eski Devrekâni İnebolu yolundan Alçılar Kadıoğlu köyleri yönüne dönülerek ulaşılan Sisli Mağarası'na ulaşmak için

Alçılar köyünden yaklaşık 45-50 dakika yürümek gerekmektedir. Mağaraya giden patika yol oldukça sarp ve diktir. Alanda foto safari, mağara turizmi ve trekking aktiviteleri yapılabilir.

Subatan Mağarası, denizden 1700 m yükseklikte Kuru Yaylası sınırları içerisinde bulunur Çatalzeytin merkeze 42 km uzaklıktadır. Alanda foto safari, trekking ve mağara turizmi aktiviteleri yapılabilir.

Şekil 2. Çalışma kapsamında değerlendirilen Kastamonu'daki mağara alanları (Çelik, 2015)



Bu alanların her birine araştırmacı tarafından gidilerek fotoğraf çekilmiş ve kamera kayıtları alınmıştır. Alanlar hakkında araştırmalar yapılarak detaylı bilgiler elde edilmiştir. Kullanıcılar tarafından en çok beğenilen mağaranın belirlenebilmesi için mağaraların tamamına daha önce gitmiş ve mağaralar hakkında bilgisi olan 41 kişiden oluşan rastgele seçilmiş özel gruba mağaraların görüntüleri kullanılarak birebir görüşme şeklinde anket çalışması yapılmıştır. Bu değerlendirme süreci yaklaşık 15-20 dakika sürmüştür. Anket çalışması yapılırken kişilere alanları tanıtan fotoğraf ve video görüntüleri eşliğinde genel bilgiler verilerek en çok tercih ettikleri mağara ve bu mağarayı tercih etme sebepleri sorgulanmıştır (Çelik, 2015).

12 mağara içerisinde en çok tercih edilen Dağlı Kuylucu Mağara'sının görsel etkisini, kullanıcılar üzerinde oluşturduğu hisleri ve bu alanda gerçekleştirilmek istenen etkinlikleri belirlenebilmek için ise 40'ı 10-14 yaş grubunda, 40'ı 15-19 yaş grubunda, 40'ı 20-25 yaş grubunda ve 40'ı da 26 ve üstü yaş grubunda olmak üzere toplam 160 kişinin katıldığı ikinci anket çalışması gerçekleştirilmiştir. İkinci anket çalışması mağara fotoğrafları ve kamera görüntüleri yardımıyla yapılmıştır. İkinci anketin ilk bölümünde Dağlı Kuylucu Mağara'sında kullanıcılar tarafından gerçekleştirilmek istenen etkinliklerin belirlenmesi amacı ile kullanıcılara 19 farklı aktif ve pasif etkinlikler sunulmuş ve gösterilen alanlarda gerçekleştirilmek istedikleri ilk üç etkinliği belirlemeleri istenmiştir. İkinci anketin ikinci bölümünde Dağlı Kuylucu Mağara'sının görsel değerinin ortaya konulabilmesi için kullanıcılara alanı tanımlayan daha önceki çalışmalardan da yararlanarak araştırmacı tarafından 14 sıfat önerilmiştir ve Osgood ve ark. (1975) tarafından geliştirilen 5'li likert ölçeği (1: Hiç – 5: Tamamen) yardımıyla alanın görsel değerini ortaya koymaları istenmiştir (Çelik, 2015). İkinci anketin üçüncü ve son bölümünde görüntülerin kullanıcılar üzerinde oluşturduğu hisleri belirleyebilmek için yine araştırmacı tarafından bu konu ile ilgili yapılmış çalışmalar irdelenerek 12 his belirlenmiş (Çelik, 2015) ve kullanıcılardan alanı gördüklerinde kendilerinde oluşan hislerden ilk üçünü belirlemeleri istenmiştir.

3. BULGULAR

Çalışmanın ilk aşamasında alana daha önce gitmiş ve alan hakkında bilgisi olan 41 kişiden oluşan bir grup tarafından gerçekleştirilen anket çalışması sonucunda, potansiyel ekoturizm alanı olabileceği düşünülen 12 mağara alanı arasından Dağlı Kuylucu en çok beğenilen ve tercih edilen mağara olmuştur. Ankete katılanların % 80,5'u erkek (33 kişi) ve % 19,5 kadındır (8 kişi). Ankete katılan grubun %46,3'ü 25-35 yaş aralığında olup, bu kişilerin % 68,3'u (28 kişi) üniversite mezunudur. Katılımcıların %87,8'i ise 2000 TL'nin üzerinde gelir düzeyine sahiptir. Katılımcıların Dağlı Kuylucu Mağarası'nı neden tercih ettiğinin belirlenebilmesi için 9 sınıftan yararlanılmış ve mağara daha çok etkileyici (%19.5) ve el değmemiş (%14,6) bulunduğu için tercih edilmiştir (Tablo 1).

Tablo1. Dağlı Kuylucu Mağarası'nın tercih edilme nedenleri

Tercih nedeni	El değmemiş	Sıra dışı	Çekici	Keyif verici	Huzurlu	Etkileyici	Gizemli	Özgün	Heyecan verici
Dağlı Kuylucu Mağarası (%)	14,6	9,8	12,2	9,8	12,2	19,5	12,2	7,3	9,8

Çalışmanın ikinci aşamasında kişilere Dağlı Kuylucunu tanıtan fotoğraf ve video görüntüleri eşliğinde genel bilgiler verilerek en çok tercih edilen mağaranın sorgulaması yapılmıştır. İkinci anket çalışması 160 kişi üzerinde gerçekleştirilmiş olup, ankete katılanların %59,4'ü kadın (95 kişi), %40,6'sı (65 kişi) erkektir. Katılımcılar dört farklı yaş grubundan seçilmiş olup, katılımcıların %25'ini (40 kişi) oluşturan 1. Grup 10-14 yaş aralığında, %25'ini oluşturan (40 kişi) 2. Grup 15-20 yaş aralığında, %25'ini oluşturan (40 kişi) 3. Grup 21-25 yaş aralığında ve %25'ini (40 kişi) oluşturan 4. Grup ise 26 yaşından daha büyüktür.

İkinci anketin ilk bölümünde katılımcıların Dağlı Kuylucu Mağarası'nda gerçekleştirmek istedikleri etkinlikleri ortaya koyabilmek için etkinlikler görsel etkinlikler, işitsel etkinlikler, enerji gerektiren etkinlikler, alanı tanımaya yönelik etkinlikler ve rahatlamaya yönelik etkinlikler olmak üzere beş farklı gruba ayrılmıştır. Deneklere alanda gerçekleştirebilecekleri 19 farklı etkinlik seçeneği sunulmuş ve bu mağarada gerçekleştirmek istedikleri ilk üç etkinliği belirlemeleri istenmiştir. Kullanıcıların Dağlı Kuylucu Mağarası'nda gerçekleştirmek istedikleri etkinliklere genel olarak bakıldığında en çok fotoğraf çekmek (%36,9), seyir (%35,6), taş atma (%30,6), doğal oluşumları izleme (%21,9) ve doğa yürüyüşü (%21,9) etkinliklerinin tercih edildiği görülmektedir. Katılımcıların Dağlı Kuylucu Mağarası'nda gerçekleştirmek istedikleri ilk üç etkinlik grubuna ilişkin vermiş oldukları cevapların yaş gruplarına göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amacıyla yapılan Ki-kare (X^2) testi sonuçlarına göre yaş gruplarının etkinlik tercihleri arasında anlamlı farklılıklar bulunmuştur ($X^2=25,219$; $p=0,014$). Tüm yaş grupları için en çok tercih edilen etkinlik türü enerji gerektiren etkinlikler olmuştur. Görsel etkinlikler 1., 2. ve 4. yaş gruplarında, rahatlamaya yönelik etkinlikler ise 3. ve 4. yaş gruplarında ikinci sırada tercih edilen etkinliklerdir. En az tercih edilen etkinlik türleri ise 1. ve 4. yaş gruplarında işitsel etkinlikler, 2. yaş grubunda rahatlamaya yönelik etkinlikler ve 3. yaş grubunda da doğayı tanımaya yönelik etkinlikler olmuştur (Tablo 2.).

Tablo 2. Dağlı Kuylucu Mağarası için yaş gruplarına göre etkinlik tercihlerinin dağılımları

Etkinlik Türü	Yaş Grupları							
	1.grup(10-14)		2.grup(15-20)		3.grup(21-25)		4.grup(26-)	
	n	%	n	%	n	%	n	%
Görsel Etkinlikler	30	33,3	33	36,7	28	31,1	25	27,7
Enerji Gerektiren Etkinlikler	34	37,7	38	42,2	37	41,1	40	44,4

Doğayı Tanımaya Yönelik Etkinlikler	28	31,1	20	22,3	11	12,3	16	17,7
Rahatlamaya Yönelik Etkinlikler	21	23,3	13	14,4	35	38,9	25	27,7
İşitsel Etkinlikler	7	7,7	16	17,7	9	10,0	14	15,6

İkinci anketin ikinci bölümünde Dağlı Kuylucu'nun kullanıcılar üzerindeki görsel algılarını belirleyebilmek için 14 sıfattan yararlanılmış ve kullanıcılardan bu sıfatlar yardımıyla Likert ölçeğini kullanarak görüntüleri değerlendirmeleri istenmiştir. Sonuçlara göre Dağlı Kuylucu Mağarası 1. grup tarafından görkemli (%88,0), etkileyici (%86,0) ve özgün (%78,0), 2. grup tarafından görkemli (%86,5), etkileyici (%85,5) ve özgün (%82,5), 3. grup tarafından etkileyici (%72,5), coşkulu (%71,5) ve heyecan verici (%69,0), 4. grup tarafından görkemli (%83,0), etkileyici (%81,0) ve dikkat çekici (%76,5) olarak bulunmuştur.

İkinci anketin üçüncü bölümünde Dağlı Kuylucu Mağarası'nın kullanıcıların üzerinde oluşturduğu hisleri belirleyebilmek için kullanıcılara 12 farklı his verilmiştir. Görüntülere baktıklarında kendilerinde oluşan ilk üç hissi belirtmeleri istenmiştir. Sonuçlara göre Dağlı Kuylucu Mağarası genel olarak sırasıyla huzur verici (%55,6), mutluluk uyandırıcı (%38,8) ve rahatlatıcı (%30,0) olarak bulunmuştur. Yaş grup farklılıklarına bakıldığında ise 1. grup tarafından huzur verici (%60,0), eğlendirici (%40,0), mutluluk uyandırıcı (%32,5), 2. grup tarafından mutluluk uyandırıcı ve huzur verici (%47,5), rahatlatıcı (%42,5), 3. grup tarafından huzur verici (%32,5), iyileştirme (%30,0), mutluluk uyandırıcı (%22,5), 4. grup tarafından huzur verici (%47,5), eğlendirici (%42,5), mutluluk uyandırıcı (%32,5) olarak değerlendirilmiştir.

4. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Bu çalışma Kastamonu ekoturizm alanlarından mağaraların ortaya konulması ve bu alanların kullanıcılar tarafından değerlendirilerek görsel değerlerin ortaya konulmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca kullanıcılar üzerinde oluşturduğu hisler belirlenerek alanların kullanıcı üzerindeki etkileri belirlenmiştir. Daha çok orta yaş grubu tarafından kullanılan ekoturizm alanlarının bu çalışma yardımı ile farklı yaş grupları tarafından da kullanılabilmesi ve farklı yaş grupları üzerinde farklı etkiler oluşturabildiği ve yaş gruplarına bağlı olarak o alanda gerçekleştirilmek istenen etkinliklerin farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır.

Sonuçlar genel olarak değerlendirildiğinde Kastamonuda yer alan 12 mağaradan en çok tercih edilen Dağlı Kuylucu Mağarası'nda yapılmak istenilen ilk üç etkinliğe bakıldığında genel olarak fotoğraf çekme, taş atma ve seyir etkinliklerinin tercih edildiği, gruplar arası farklılıklara bakıldığında ise 1. Grup (10-14 yaş gurubu) bu alanda doğal oluşumları izleme etkinliğini de, 4.grup (26 yaş üstü) doğa yürüyüşü etkinliğini de gerçekleştirmek istediklerini belirtmişlerdir. Alanın görsel değerine baktığımızda genel olarak etkileyici, görkemli, özgün, heyecan verici ve coşkulu olduğu ortaya çıkmıştır. Alanın ankete katılan kullanıcılar üzerinde oluşturduğu hislere bakıldığında alanın genel olarak huzur verici, rahatlatıcı ve mutluluk uyandırıcı hisseleri oluşturduğunu, gruplar arasında farklılıklara bakıldığında ise 1.grup iyileştirme hissi 2. ve 3. grup hareket hissi 3. ve 4. grup alanın enerji hissi de oluşturduğunu belirtmişlerdir.

Bu çalışma farklı yaşlara sahip kişilerin doğal alana bakışları, bu alanların görsel değerleri ya da bu alanda gerçekleştirmek istedikleri etkinlikler bakımından farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu tür alanların planlanması ve tasarlanmasında mutlaka yaş farklılıklarının dikkate alınması ve kullanıcılara seçenek farklılıklarının sunulması gerekir. Böylece alan sadece belirli yaş grupları tarafından değil tüm kullanıcılar tarafından kullanılabilir.

Turizm amacıyla kullanılmasına karar verilen bir mağarayı, gelişi güzel kullanıma açmak, mağaranın ve mağara içi şekillerin geriye dönüşü olmayan derecede tahrip olmasına ve ziyaretçilerin can güvenliği açısından büyük riskler doğmasına yol açar. Bu nedenle gerek mağaranın korunması ve ziyaretçilerin güvenliklerinin sağlanması ve gerekse işletme kalitesini sürekli yüksek tutmak için, birçok düzenlemeyi içeren "Mağara Uygulama Projesi" nin hazırlanması gerekir. Koruma ve kullanım

dengesi esas alınarak, jeologlar, jeomorfoloğlar, inşaat mühendisleri, işletmeciler ve peyzaj mimarları bu projeleri birlikte hazırlamalıdır. Bu alanlarla ilgili tanıtımlar ve projeler gerçekleştirilerek, küçük yaş gruplarına okullarında tanıtım yapılarak Kastamonu'nun turistik kaynak değerleri herkes tarafından fark edilmesi ve gelişimi için destek oluşturulması sağlanabilir. Böylece küçük yaşlarda oluşturulan doğa bilinci ve doğa ile iç içe olma isteği gelecek nesillerin doğalarını korumalarına ve daha sık kullanma isteği içerisinde olmalarına yardımcı olacaktır. Koruma kullanma dengesi sağlanmış olacaktır.

Kaynaklar

- 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.
- Çelik, S. (2015). Kastamonu'daki Bazı Potansiyel Ekoturizm Alanlarının Farklı Yaşlardaki Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Kastamonu.
- Doğaner, S. (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası, Çizgi Kitapevi Yayınları, Konya.
- Gürdalı, N. (1983). Oluşumları, Gelişimleri ve Ekonomik Değerleriyle Mağaralar, *TÜBİTAK Bilim Teknik Dergisi*, Sayı:188, Ankara.
- Marcus, C. C. ve Barnes, M. (1999). Healing Gardens: Therapeutic Benefits And Design Recommendations. John Wiley and Sons, Inc. New York.
- Sakıcı Ç (2014a). The Psychological Contributions of Natural Site Experiences in Kastamonu, Turkey, *Anthropologist*, 18(3): 991-1004.
- Sakıcı Ç (2014b). The Assessment of The Relationship Between Various Waterscapes and Outdoor Activities: Edirne, Turkey, *Environmental Monitoring and Assessment*, 186: 3725-41.
- Sakıcı C (2015). Assessing Landscape Perceptions of Urban Waterscapes, *Anthropologist*, 21(1,2): 182-196.
- Ulrich, R. S. (1991). Stress Recovery During Exposure to Natural and Urban Environments, *Journal of Environmental Psychology*, 11, 210-30.
- Ulrich, R. S. (1999). Effects of Gardens on Health Outcomes. Theory and Research. In: Cooper-Marcus, C., Barnes, M. (Eds.), Healing Gardens: Therapeutic Benefits and Design Recommendation, John Wiley and Sons, New York, 27-86.
- URL-1. Beyler Barajı, http://tr.wikipedia.org/wiki/Beyler_Baraj%C4%B1 (01.09.2014)
- URL-2. DSİ 23, <http://www2.dsi.gov.tr/bolge/dsi23> (09.01.2015)
- URL-3. Çatak Kanyonu, <http://www.azdavay.com/menuler/catak.asp> (12.12.2014)

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM: BİBLİYOMETRİK ANALİZ

Yrd. Doç. Dr. Gül ERKOL BAYRAM
Sinop Üniversitesi,
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Turizm Rehberliği Bölümü
gulerkol@sinop.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ali Turan BAYRAM
Sinop Üniversitesi,
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Turizm Rehberliği Bölümü
alibayram@sinop.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ercan KARAÇAR
Sinop Üniversitesi,
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Yiyecek İçecek İşletmeciliği Bölümü
ercan_karacar@hotmail.com

Özet

Sürdürülebilir turizm konusu gerek turizm literatüründe gerekse turizm disiplinine yakın ya da ilişkili disiplinlerde oldukça popüler bir konu haline gelmiştir. Öyle ki sadece YÖK Akademik sisteminde kayıtlı konu ile ilgili 68 adet tez çalışması, 69 adet proje, 240 adet tebliğ, 31 adet kitap ve 87 adet makale bulunmaktadır. Sadece “Sürdürülebilir Turizm” anahtar kelimesi ile ulaşılan bu sonuçlar literatürde konuya gösterilen ilgiyi ortaya koymaktadır. Sürdürülebilir turizm üzerine yapılan bu çalışmaların incelenmesi ve çalışmalarda ele alınan alt konuların irdelenmesi de ayrıca önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı YÖK akademik veri tabanında yayınlanan sürdürülebilir turizm konulu makalelerin durumunu ortaya koymak olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında, YÖK akademik sisteminde yer alan 87 adet makale incelenmiş ve 40 adet makale çeşitli kriterler ışığında bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Çalışma sonuçlarında yapılan makalelerin sayfa sayıları, anahtar kelime sayıları, anahtar kelimeler içerisinde sürdürülebilir turizm kelimesinin varlığı, alt konuları, yazar sayıları, yazarların bağlı oldukları kurum ve bölümler, özetlerin içeriği değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Bibliyometrik Analiz, YÖK Akademik Sistemi.

SUSTAINABLE TOURISM: BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Abstract

Sustainable tourism has become a popular topic both in tourism literature and disciplines close to or related to tourism discipline. That is; There are 68 thesis works, 69 projects, 240 papers, 31 books and 87 papers related to the subject registered only in YÖK Academic system. These results, being reached only with the keyword "Sustainable Tourism", reveal the interesting point in the literature. It is also important to examine these studies on sustainable tourism and to examine the sub-topics dealt with in the studies. In this context; The aim of the study is to identify the issues of sustainable tourism published in the academic database of YÖK. Within the scope of the study, 87 articles in the YÖK academic system were examined and 40 articles were subjected to bibliometric analysis in the light of various criteria. In the results of study, the content of the articles, the number of the keywords, the existence of the sustainable tourism concept in the key words, the sub topics, the number of the authors, the institutions and departments of the authors, and the contents of the summaries were evaluated.

Key Words: Sustainable Tourism, Bibliometric Analysis, YÖK Academic System.

1. GİRİŞ

Turizm, tüm Dünya’da herkesin üzerinde çeşitli görüş ve fikirlere sahip olduğu bir kavramdır. Turizm ile ilgili literatürde birçok tanım mevcuttur. Turizm, “*insanların sürekli buldukları yer dışında yaptıkları seyahatlerden ve geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili*

faaliyetlerdir” (Toskay, 1989:39) şeklinde tanımlanabileceği gibi; “*turistleri ve diğer ziyaretçileri ağırlama süreci içinde turistlerle turizm işletmelerini, ev sahibi devletler ve toplumlar arasındaki etkileşimden kaynaklanan olgular ve ilişkiler bütünüdür*” (Kozak v.d, 2010) şeklinde de tanımlanabilmektedir. Sürdürülebilirlik konusu ise yıllardır, hemen her konuyla ilişkilendirilen ve en çok tartışılan konulardan bir tanesi olmuştur. Sürdürülebilirlik kavramı, ekonomik gelişmelerin, maddi kaynakların ve değerlerin korunmasının sağlanıp gelecek nesillere aktarılmasının gerçekleştirilmesine dayanmaktadır. Bu kavram 1972 yılında yapılan Uluslararası İnsan Çevresi Konferansı’nda ilişkiler bütünü oluşması sonucu ortaya çıkmıştır. 1987 yılında ise BM tarafından şu şekilde ifade edilmiştir; “*sürdürülebilirlik, gelecek kuşakların ihtiyaçlarına karşılık vermesine engel olmadan, günlük ihtiyaçlarını gidererek kalkınmayı devamlı hale(sürdürülebilir) getirme yeteneğine sahiptir*”. Rio De Janerio’da 1992 yılında yapılan ve yaklaşık 180 ülkeden binlerce insanın katıldığı çevre ve kalkınma konferansında, sürdürülebilirlik kavramı, tüm dünyaca önemli hale gelmiş ve tüm dünya ülkeleri tarafından benimsenmiştir (Ay, 2013). Sürdürülebilirlik kavramının, günümüzde yaşayan bireylerin, gelecek kuşaklar için sorumluluklarının farkında olmalarını sağlayacak bir kavram olduğunu ifade etmek mümkündür. Sürdürülebilirliği toplumların eko sistem gibi birçok kaynaklarının tükenmeden olabildiğince kullanılması şeklinde ifade eden Gilman’ın yanı sıra Ruckelshaus’a göre ise ekonominin ve kalkınmanın birbirleri ile en geniş anlamda etkileşim halinde olacağı ve korunacağı bir doktrin olduğunu ifade etmektedir (Aktaran; Öz Mehmet, 2008). Var olan kaynakların ve eko sistemlerin dünyada gelişen teknoloji ve insan faaliyetleri sonucunda tükenme durumunda olduğu artık herkes tarafından kabul gören bir durumdur. Bu durumdan yola çıkarak sürdürülebilirliğin olması ve kaynakların kendiliğinden yenilenebilmesi için doğanın bu faaliyeti gerçekleştirmesine imkân verecek şekilde kullanılması önem arz etmektedir. Günümüz kuşaklarının gelecek kuşakların ihtiyaçlarını göz ardı etmeksizin bu konuya dikkat etmesi gerekmektedir (Yavuz, 2015). Sürdürülebilirlik kavramı ekonomik açıdan incelendiğinde ise ürün üretme sürecinde, tekrar yenilenebilir kaynaklara dönmek ve üretim sırasında, çevreye zarar vermemek olarak ifade edilmektedir. Bu tanıma ek olarak, çevresel etkileri konusunda bireylerin sorumluluk alması şeklinde de ifade edilebilmektedir. Bu kavram insanların yaşamının tüm boyutlarında kendine yer edinmiş olması nedeniyle birçok konu ile ilişkilidir ve farklı anlamlara gelmektedir. Özellikle literatür incelendiğinde, sürdürülebilirlik kavramı doğa, çevre, orman, tarım, kent, mimari, sağlık, iş hayatı, turizm gibi bir çok sektörde araştırması yapılmış karmaşık yapıya sahip bir kavramdır (Yavuz, 2010).

Bibliyometri tekniği, belli alanlarda literatürün gelişimini tespit etmek, gelecekte yazarlara ve bilimsel araştırma yapacak olanlara bir yol haritası oluşturmak adına kullanılan bir tekniktir (Aydın, 2014). Turizmin bir bilgi alanı olarak büyümesi ve bu konuda yayın yapan akademisyen sayısının artması, bilim adamlarının ve yayın kuruluşlarının turizm alan yazınına sağladıkları katkıların incelenmesine duyulan merak, kişiler veya kuruluşların araştırma performansının değerlendirilmesi ihtiyacı bibliyometri yönteminin turizm alanındaki çalışmalar için tercih edilmesinde bir etken olmuştur (Karagöz ve Kozak, 2014). Sürdürülebilir turizm konusu, ülkelerin gelişmişlik düzeyi ve turizmin devamlılığı açısından önem arz ettiği kadar bu konuda yapılan araştırmaların ve bilimsel çalışmaların da literatüre katkısı büyüktür. Bu bağlamda bibliyometri tekniğinden yararlanılarak hazırlanan bu çalışmanın amacı, YÖK akademik veri tabanında yayınlanan, sürdürülebilir turizm konulu makalelerin durumunu ortaya koymak olarak belirlenmiştir. YÖK akademik sisteminde “sürdürülebilir turizm” anahtar kelimesi ile arama yapıldığında, konu ile ilgili 68 adet tez (22 tane doktora tezi, 46 tane yüksek lisans tezi), 69 adet proje, 240 adet bildiri, 31 adet kitap ve 87 adet makale yer almaktadır. Bu çalışma kapsamında 87 adet makalenin bibliyometrik analizi yapılmıştır.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAMI

Turizm, insanların sürekli yaşadıkları bir yerden bazı nedenlerden dolayı başka yerlere gitmeleri, en 24 saat kalıp bir gece konaklama, yeme içme, eğlenme, dinlenme gibi faaliyetlere katılmalarını kapsayan ilişkiler bütünü olarak ifade edilmektedir. İnsanlar bu faaliyetleri gerçekleştirirken yine doğanın, çevrenin, kent, tarım gibi birçok sektörün sunmuş olduğu kaynakları kullanmaktadır. Bu kaynaklara bağlı olarak sürdürülebilir turizm kavramının incelenmesi de önemli bir hale gelmiştir. Sürdürülebilir turizm; insanoğlunun etkileşim halinde olduğu ve yaşadığı eko-sistemin sunmuş olduğu tüm

kaynakların gelen turistlere ve insanlara sunulması, ayrıca gelecek kuşaklara onların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde aktarılmasına yardımcı olacak bir yönetim biçimi şeklinde tanımlanmaktadır. Kaynakların verimli kullanılmasının yanı sıra korunması, zarar görmemesinin de gelecek kuşaklar için önem teşkil ettiğini söylemek mümkündür (Can, 2013). Sürdürülebilir turizm, çevrenin kalitesini arttırmak, destinasyonlarda yaşam seviyesini arttırmak, kaliteli memnuniyeti sağlamak, eşit seviyede teşvik sunmak, çevreye ve ekonomiye katkılar sunmayı amaçlamaktadır (Inskip, 1991). Tanımı, uygulaması ve değerlendirilmesi zor olan sürdürülebilir turizm, sektörde yeşil kimlikler oluşturma sürecidir (Johnson, 2002). Başka bir tanımda ise sürdürülebilir turizm, gelecek için turizm sektörünün önemli kaynakları olan doğal ve yapay çevreyi, kültürel sosyal ve estetik değerleri, insan kaynaklarını olumsuz etkilemeksizin turist kapasitesini arttırmayı ve turistik ürünlerin kalitesini yükseltmeyi amaçlar şeklinde ifade edilmektedir (Avcıkurt, 2003). Turizmde korunmuş ve gelişmiş bölgelerde yıllar geçtikçe uygulanmış ve planlanmış, turizm bileşenleri tarafından kullanılmış ve birçok şekilde ifade edilmiş kavram (Garrod ve Fyall, 1998: 203) olarak da tanımlanan sürdürülebilir turizm; kültürel, sosyal ve doğal kaynakları uzun süreçte koruyan, güzelleştiren ve ekonomiye katkı sağlayan bir turizm çeşidi olarak da (Scharf, 1998) tanımlanabilmektedir. Sürdürülebilir turizm ile ilgili olarak Helmy (2004: 479), sürdürülebilir turizmin “*bir çare olmadığını, sürekli tartışılması, sınırlar çizmesi ve sürekli yenilenmesini gereken bir davranış şekli*” olduğunu belirtmektedir. Genel olarak tanımlar incelendiğinde iki nokta ön plana çıkmaktadır. Birinci konu kaynakların varlığı ve ikinci konu ise bu kaynakların uzun yıllar kullanılmasının sağlanması olarak ifade edilebilmektedir. Bu noktada doğanın korunması ve kaynakların sürdürülebilirliğin bir sorumluluk olgusu haline dönüştüğünü görülmektedir. İnsanoğlu bu sorumluluk çerçevesinde kendine bir görev edinme noktasında olmuş ve bazı ilkeleri ortaya atmıştır. Genel olarak incelendiğinde sürdürülebilir turizmin temel ilkeleri (Yavuz, 2015);

- Talepten çok arza göre düzenleme yapılması,
- Yerel halkın öncelikli olması ve turizmin yıl boyuna yayılması,
- Ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi,
- Toplumsal katılımı sağlamak,
- Turizm gelirini arttırmak,
- Eylem durumunda dinlenmeyi sağlamak,
- Kaynakları sürdürülebilir biçimde kullanmak,
- Toplumsal ve kültürel benliğin korunması,
- Turizmde var olan yatırımları esnek, gelişmeye açık ve uzun vadeli olması şeklinde sıralanabilmektedir.

Turizmde sürdürülebilir kavramından bahsetmek için insanların kaynaklar korunması konusunda bilinçli olması, bu kaynakların gelecekte var olması için geliştirilmesi ve çekiciliklerinin hala var olması önem teşkil etmektedir. Bu konuda yapılan çalışmalar incelendiğinde sürdürülebilir turizm için bazı öneriler ortaya atılmıştır (Sarkım, 2008);

- Turizmde yapılacak yatırımları esnek ve gelişmeye açık olmalıdır.
- Turizmde ki dalgalanmalardan etkilenmemesi ve doğal dengenin bozulmaması için turizm değerlerinin beraber kullanılması önemlidir.
- Turizm alanında yapılacak ve uygulanacak her aşamada yerel halk ile işbirliği içerisinde olunmalıdır.
- Turistler turizme katıldıkları yerlerde oranın kültürüne sahip çıkmalı ve yerel halkta kültür aktarımı sırasında zorlayıcı olmamalıdır.
- Destinasyonda olan insanlar ve işletmeler, turistlere geldikleri ülkenin yaşam şartlarını sunmak yerine kendi yaşamlarını sunmalıdır.
- Turizmin gelişiminin devamlılığını sağlamak için; turizm plan ve politikalarının beraber yerine getirilmesi önemlidir.
- Sürdürülebilir turizmin gelişimi; doğanın ve çevrenin korunması, devamlılığı için ekosistemin korunması ile olacaktır.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırma kapsamında “Sürdürülebilir Turizm” anahtar kelimesi ile YÖK Akademik sisteminde yer alan makaleler incelemeye tabi tutulmuştur. “Sürdürülebilir Turizm” anahtar kelimesi ile sistemde yer alan 87 adet makale çalışma evreni olarak belirlenmiştir. Fakat bazı makalelerin sistemde tekrar etmesi, bazı makalelerin alan dışı olması ve bazılarının da yanlışlıkla makale olarak kaydedildiği tespit edilmiş ve araştırmaya uygun 40 adet makale incelemeye tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında ele alınan makaleler; “sayfa sayısı”, “yazar sayısı”, “anahtar kelime sayısı”, “yöntem”, “yayın yılı”, “yayımlandığı dergi” gibi kriterlere göre değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Ayrıca makalelerin özetlerinde amaç, yöntem, sonuç, evren ve çalışma süresine yönelik bilgilerin olup olmadığı ve yazarların kurum ve bölümlerine yönelik incelemeler yapılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu kısımda “Sürdürülebilir Turizm” anahtar kelimesi ile bulunan makalelere yönelik analizler yapılmış ve tablolar ile sunulmuştur.

Tablo 1: Sürdürülebilir Turizm Konulu Makalelere Ait Bilgiler

		n	%
Sayfa sayısı	1-10 sayfa	9	22,5
	11-20 sayfa	22	55
	21-30 sayfa	8	20
	30 sayfadan fazla	1	2,5
Yazar sayısı	Tek yazarlı	13	32,5
	2 yazarlı	20	50
	3 yazarlı	5	12,5
	3 yazardan fazla	2	5
Anahtar Kelime Sayısı	3 kelime	13	32,5
	4 kelime	17	42,5
	5 kelime	7	17,5
	5 kelimedenden fazla	1	2,5
	Anahtar Kelime Bulunmayan	2	5
Anahtar Kelimeler içerisinde “Sürdürülebilir Turizm”	Var	26	68,4
	Yok	12	31,6
ST İlk Sırada	Var	16	61,5
	Yok	10	38,5
Yöntem	Nitel	31	77,5
	Nicel	9	22,5
Alt Konu	Ürün Çeşitliliği/ Alternatif Turizm	10	25
	Yönetim	6	15
	Yerel halk/ bakış açısı	5	12,5
	Plan Politika	5	12,5
	Çevre	4	10
	Pazarlama	2	5
	Diğer	8	20
Yıllara Göre Dağılım	2010 yılı ve öncesi	12	30
	2011-2013 yılları arasında	7	17,5
	2014-2016 yılları arasında	20	50
	2017 yılı	1	2,5
Dergi Dağılımı	Turizm Dergisi	10	25
	Diğer Dergiler	30	75

Tablo 1’de “Sürdürülebilir Turizm” kavramı ile ilgili yazılmış olan makaleler incelenmiştir. Tablo incelendiğinde yazılan makalelerin çoğunluklu olarak (%55) 11-20 sayfa aralığında ve (%50) 2

yazarlı olarak yazıldığı görülmektedir. Yazılan makalelerin anahtar kelime sayıları incelendiğinde çalışmaların neredeyse yarısında (%42,5) 4 anahtar kelime kullanıldığı, %32,5’inde ise 3 anahtar kelime kullanıldığı, iki makale de ise anahtar kelime kullanılmadığı tespit edilmiştir. Anahtar Kelimeler içerisinde “sürdürülebilir Turizm” kelimesi 26 makalede yer alırken bu makalelerin 16 tanesinde “Sürdürülebilir Turizm” kelimesi ilk anahtar kelime olarak yer almaktadır. Makalelerin yöntemleri incelendiğinde ise “ Sürdürülebilir Turizm” konusu ile ilgili olarak yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu (%77,5) nitel çalışma, %22,5 ‘i ise nicel çalışma olarak gerçekleştirilmiştir. 9 nicel çalışma incelendiğinde bu çalışmaların ölçeklerine ilişkin sadece 5 çalışmada geçerlilik analizi yapıldığı görülmüştür. Konu ile ilgili çalışmaların alt alanları incelendiğinde (%25) Ürün Çeşitlendirme/ Alternatif Turizm, (%15) Yönetim, (%12,5) Yerel Halk/Bakış Açısı, (%12,5) Planlama/Politika, (%10) Çevre, (%5) Pazarlama ve (%20) Diğer konular (Bölgesel Kimlik, Mimari, Ekonomi, Bilgi Teknolojileri, Alan Kılavuzluğu, Model Geliştirme, Sürdürülebilir Turizm) şeklinde sıralandığı görülmektedir. Makalelerin yayımlandığı yıllara göre dağılımı incelendiğinde 2014- 2016 yılları arasında %50’sinin yayımlandığı, 2010 yılı ve öncesi dönemde %30’unun, 2011-2013 yılları arasındaki dönemde %17,5’nin ve 2017 yılında ise %2,5’inin yayımlandığı tespit edilmiştir. Makalelerin yayımlandığı dergilerin ise %25’i turizm dergisi ise iken %75 diğer alanlara aittir.

Tablo 2: Sürdürülebilir Turizm Konulu Makalelerin Özetlerine Ait Bilgiler

Özet İçeriği	Var		Yok		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Amaç	28	70	12	30	40	100
Yöntem	21	52,5	19	47,5	40	100
Sonuç	17	42,5	23	57,5	40	100
Evren- Örneklem	11	73	4	27	15	100
Çalışma Süresi	7	47	8	53	15	100

Tablo 2’de Makalelerin özet kısmında yer alması gereken bilgilere ilişkin değerlendirmeler mevcuttur. Tablo incelendiğinde 28 (%70) makalenin özetinde amaç cümlesinin yer aldığı, 12 (%30) makalenin özetinde amaç cümlesinin yer almadığı görülmektedir. Makalelerin özetlerinde bulunması yöntem hakkında bilgi incelendiğinde ise 21 (%52,5) makalede bu bilginin verildiği, 19 (%47,5) makalede bu bilginin verilmediği tespit edilmiştir. Özette makalenin sonuçlarına ilişkin bilginin verilir verilmemesi incelendiğinde, 17 (%42,5) makalede bu bilginin verildiği, 23 (%57,5) makalede bu bilginin verilmemesi sonucuna ulaşılmıştır. Özette evren-örneklem hakkında bilgi veren makaleler incelendiğinde, literatür taraması ve derleme çalışmalar dahil edilmemiştir) 11 (%73) makalede bu bilgiye yer verildiği, 4 (%27) makalede yer verilmediği görülmektedir. Çalışmanın yapıldığı tarih aralığına ilişkin bilgiler ise 7 (%47) çalışmada verilmiş, 8 (%53) çalışmada verilmemiştir.

Tablo 3: Yazarların Üniversitelere Göre Dağılımı

Üniversite	n	%	Üniversite	n	%
İstanbul Üniversitesi	8	10,3	Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi	2	2,6
Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi	6	7,8	Mersin Üniversitesi	2	2,6
Akdeniz Üniversitesi	5	6,5	Erzincan Üniversitesi	2	2,6
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	5	6,5	Düzce Üniversitesi	2	2,6
Kırklareli Üniversitesi	5	6,5	İstanbul Teknik Üniversitesi	2	2,6

Balıkesir Üniversitesi	4	5,2	Dokuz Eylül Üniversitesi	2	2,6
Selçuk Üniversitesi	4	5,2	Süleyman Demirel Üniversitesi	2	2,6
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	3	3,9	Gazi Üniversitesi	2	2,6
Afyon Kocatepe Üniversitesi	3	3,9	Diğer Üniversiteler	15	19,5
Adnan Menderes Üniversitesi	3	3,9	Toplam	77	100

Tablo 3’ te yazarların çalıştıkları üniversitelere göre dağılımları verilmiştir. Sürdürülebilir turizm konulu 40 makalede toplam 77 yazar yer almıştır. Bu yazarların görev yaptıkları üniversiteler incelendiğinde 33 farklı üniversiteden yazarın konu hakkındaki makalelere katkıda buldukları tespit edilmiştir. Tablo incelendiğinde konu hakkındaki makalelerde en fazla İstanbul Üniversitesi’nde (%10,3) çalışan yazarların, ikinci sırada ise Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi’nde (%7,8) çalışan yazarların yer aldığı görülmektedir.

Tablo 4: Yazarların Kadrolarının Bulunduğu Bölümlere Göre Dağılımı

Bölümler	n	%
Turizm İşletmeciliği	19	24,7
Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri	15	19,5
Turizm, Seyahat ve Eğlence Hizmetleri	9	11,7
Mimarlık	5	6,5
Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği	5	6,5
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	4	5,2
İktisat	4	5,2
Rekreasyon Yönetimi	2	2,6
Konaklama İşletmeciliği	2	2,6
İşletme	2	2,6
Diğer Bölümler	5	6,5
Lisansüstü Öğrenciler (Bölüm Belirtilmemiş)	2	2,6
Bilinmiyor	3	3,9
Toplam	77	100

Tablo 4’te yazarların kadrolarının bulunduğu bölümlere göre dağılımları verilmektedir. Tablo incelendiğinde yazarların kadrolarının büyük çoğunluğunun (%72,8) turizm ile ilgili bölümlerde yer aldığı görülmektedir. Yazarların %24,7’si “Turizm İşletmeciliği”, %19,5’i “Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri” bölümü kadrosunda yer almaktadır. Turizm dışındaki kadrolarda yer alan yazarlar incelendiğinde en fazla (%6,5) “Mimarlık” bölümü kadrosunda yer alan yazarların olduğu görülmektedir. Diğer bölümler başlığı altında yer alan bölümler; İlköğretim, Şehir ve Bölge Planlama, Peyzaj Mimarlığı, Pazarlama, Yerel Yönetimler şeklinde sıralanmaktadır. Bilinmiyor başlığı altında kadrolarının bulunduğu bölümlere ulaşamayan yazarlar yer almaktadır.

Tablo 5: Yazarların Unvanlarına Göre Dağılımı

Unvan	n	%
Profesör	8	10,3
Doçent	7	9,1
Yardımcı Doçent	27	35,1
Öğretim Görevlisi	24	31,2
Araştırma Görevlisi	9	11,7
Lisansüstü Öğrenci	2	2,6
Toplam	77	100

Tablo 5’te yazarların unvanlarına göre dağılımları verilmiştir. Tablo incelendiğinde, konu ile ilgili makalelere en fazla (%35,1) “Yardımcı Doçent” kadrosunda yer alan yazarların katkıda bulunduğu, ikinci olarak (%31,2) “Öğretim Görevlisi” kadrosunda yer alana yazarların katkıda bulunduğu görülmektedir.

5. SONUÇ

Bu çalışmada sürdürülebilir turizm konusunda yapılmış çalışmalar çeşitli parametreler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışmalar incelendiğinde çoğunluklu olarak iki yazarlı, 11-20 sayfa aralığında ve dört anahtar kelime ile yazılmış oldukları görülmektedir. Çalışmanın alanının sürdürülebilir turizm olmasına karşı anahtar kelime olarak 16 makalede yer almadığı tespit edilmiştir. Anahtar kelime seçiminde yazarların konuyu yansıtacak anahtar kelimeyi seçmeleri alanda araştırma yapacak yazarlara kolaylık sağlayabilecektir. Sürdürülebilir turizm alanında yapılan çalışmaların büyük çoğunluğu nitel çalışmalardan oluşmaktadır. Nicel çalışmaların da sayısının artırılması farklı bir bakış açısı getireceği için önem arz etmektedir. Fakat yapılmış olan nicel çalışmalarda da eksiklikler mevcuttur. Sürdürülebilir turizm konusunda yapılan çalışmaların çoğunlukla ürün çeşitlendirmesi/ alternatif turizm alt başlığında yazıldığı tespit edilmiştir. Alana katkı sağlamak adına diğer alt konulara (Plan-Politika, Çevre, Pazarlama, Yönetim vb.) da önem verilmesi bir gerekliliktir. Çalışmaların özetleri incelendiğinde, amaç cümlesi, yöntem hakkında bilgi, sonuçlara ilişkin bilgi, evren-örneklem bilgisi gibi bilgilerin verilmediği görülmektedir. Bir çalışmanın özeti, çalışma hakkında temel bilgileri verdiği ve çalışmanın niteliğini yansıttığı için önem arz etmektedir. Yazarların kadrolarının bulunduğu bölümler incelendiğinde çoğunluğun turizm ile ilgili bölümlerde olduğu görülmektedir. Turizm alanında olmayan yazarlarında çalışmaları da mevcuttur ki bu alanın gelişmesine katkı sağlayacak bir unsurdur. Fakat farklı alana mensup olan yazarların alanda uzman yazarlarla ortak çalışma yapmaları, hem çalışmaların niteliği hem de alanın gelişimi için bir gereklilik olarak görülebilmektedir. Örneğin, çevre alt başlığında yazılan bir makalenin çevre mühendisi ile yazılması teknik konuların daha verimli aktarılmasına olanak sağlayacaktır. Çalışma yazarlarının unvanlarına göre dağılımlarında yardımcı doçentlerin sayısının diğer unvanlara göre daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuç yükselme kriterlerinin bir sonucu olarak görülebilmektedir. Çalışma sadece YÖK akademik sisteminde yer alan makaleleri kapsadığı için bu sistemde yer almayan makalelerin, konu hakkında yazılmış tezler, kitaplar ve bildirilerin sonraki çalışmalarda ele alınması önerilmektedir.

Kaynakça

- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi; Turist-Yerel Halk Etkileşimi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ay, M. (2013). Sürdürülebilirlik Kavramı ve Su. *IV. Ulusal Çevre ve Ekoloji Öğrenci Kongresi*, 08-09 Şubat 2013, Ankara.

- Aydın, B. (2014). Yükseköğretim Kurulu Tez Merkezinde (YÖKTEZ) Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi. VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi 04-05 Nisan 2014, Ankara.
- Can, E. (2013). Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi. *İstanbul Journal of Social Sciences*, Sayı:4, 23-40.
- Garrod, B. and Fyall, A. (1998). Beyond the Rhetoric Of Sustainable Tourism?. *Tourism Management*, Vol.19, No.3, 199-212.
- Helmy, E., (2004). Towards Integration of Sustainability into Tourism Planning in Developing Countries: Egypt as a Case Study. *Current Issues in Tourism*, vol. 7, No. 6. 478-501.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning;an Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold,.
- Johnson, D. (2002). Environmentally Sustainable Cruise Tourism: A Reality Heck. *Marine Policy*, 261-270
- Karagöz, D., Kozak, N. (2014). Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi: Araştırma Konuları ve Kurumlar Arası İş Birliğinin Sosyal Ağ Analizi İle İncelenmesi. *Türk Kütüphaneciliği*, 28(1), 47-61.
- Kozak, N., Akoğlan, M., Kozak, M., (2010), *Genel Turizm, İlkeler, Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öz Mehmet, E. (2008). Dünyada ve Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları. *Journal of Yaşar University*, 3(12), 1853-1876.
- Sarkım, M. (2008). Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri. *2.Ulusal İktisat Kongresi*, 20-22 Şubat 2008, İzmir.
- Scharpf, H. (1998). Sürdürülebilirlik Açısından Bölgesel ve Yerel Yönetimlerin Turizm Politikasındaki Görevleri, 21. Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları. *Uluslararası Turizm Sempozyumu*, 16-17 Aralık.
- Toskay, T. (1989). *Turizm-Turizm Olayına Genel Yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Yavuz, C. (2015). Turizmde Sürdürülebilirlikte Halkla İlişkiler Çalışmalarının Önemi. *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, 14-16 Mayıs 2015, Gümüşhane.
- Yavuz, V. A. (2010). Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 63-86.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM BAĞLAMINDA YAVAŞ ŞEHİR GERZE

Yrd. Doç. Dr. Ercan KARAÇAR
Sinop Üniversitesi,
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Yiyecek İçecek İşletmeciliği Bölümü
ercan_karacar@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Ali Turan BAYRAM
Sinop Üniversitesi,
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Turizm Rehberliği Bölümü
alibayram@sinop.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Gül ERKOL BAYRAM
Sinop Üniversitesi,
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Turizm Rehberliği Bölümü
gulerkol@sinop.edu.tr

Özet

2017 yılında Sinop iline bağlı Gerze ilçesi "Yavaş Şehir" ağına dâhil edilmiştir. Türkiye'nin en yeni yavaş şehir olan Gerze, geleneksel kültürünü koruyan bir ilçe olarak (bölgeye has yemekler, geleneksel el sanatları, köy pazarları vb) sürdürülebilir turizm açısından önem teşkil etmektedir. Bu çalışma kapsamında, yavaş şehir hareketinin sürdürülebilirlik ve sorumlu turizm esasına dayalı olarak sunulması ve kullanılmasına yönelik yerel işletme yöneticilerinin görüşlerinin tespit edilmesi çalışma amacı olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında Gerze ilçesinde, 10 Nisan- 1 Mayıs 2017 tarihleri arasında 25 kişi ile mülakatlar gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında, katılımcıların, Gerze ilçesinin "Yavaş Şehir" unvanı ile daha fazla tanınacağı, gelişeceği, turizm sezonunun uzatılabileceği gibi düşüncelere sahip oldukları tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gerze, Sinop, Yavaş Şehir, Sürdürülebilir Turizm.

CITTASLOW GERZE IN CONTEXT OF SUSTAINABLE TOURISM

Abstract

In 2017, Gerze district of Sinop province was included in the "Slow City" network. Gerze, the newest slow city in Turkey, is important in terms of sustainable tourism as a district protecting traditional cultures (local cuisine, traditional handicrafts, village markets, etc.). The aim of this study was to determine the opinions of local business managers regarding the presentation and use of slow city movements based on sustainability and responsible tourism principles. Within the scope of the study, interviews were held with 25 people between April 10th and May 1st, 2017 in the city of Gerze. In the scope of the research, it was determined that the participants had the same idea that the town of Gerze would be recognized more and more with the title of "Slow City", the tourism season could be extended.

Keywords: Gerze, Sinop, Cittaslow, Sustainable Tourism.

1. GİRİŞ

Turizm hareketlerinin başlangıcı ilk çağlar ile tarihlendirilebilmektedir fakat sürdürülebilir olması son yıllarda önemli hale gelmiştir. Turizmin sürdürülebilir olmasının üç aşamalı bir boyutu vardır. Sürdürülebilirlik kavramı tartışılmaya başlandığı andan itibaren ekonomik, çevresel ve sosyal olarak üç farklı açıdan değerlendirilmektedir. Sürdürülebilir turizm; misafirlerine iyi bir tecrübe yaşatırken, turizm değerlerini bitirmeden ve olduğu gibi bırakarak yeni turizm faaliyetlerine katılanlara sunmayı amaçlayan, tüm doğal ve kültürel kaynakların yerel halk ve ziyaretçilere yönelik korunarak yönetildiği ekonomik bir gelişme modeli olarak tanımlanabilir. Sürdürülebilir turizm ürünleri; turizmde kalkınma ögesi ile birlikte çevre, toplum ve kültürel değerlerle uyum içinde olan ürünlerdir (Özgüç, 2007: 181; Güneş, 2008: 28). Aşırı kar sağlama anlayışı, turizmde doğal alt yapıyı yok etmekle kalmamış bunun

yanında turizm ürünü olarak sunulan değerlerin tükenip gelecek nesillere aktarılmasını zorlaştırmıştır. 1990'lı yıllarda turistlerin tercihlerinin hala bozulmamış çevre olduğu görüşü ortaya atılmış, ulusal ve uluslararası boyutta bu alanların korunması gerektiğinden ötürü sürdürülebilir turizm anlayışıyla alternatif turizm arayışları ortaya çıkmıştır (Özbe, 2002). Üç boyutu ile birlikte sürdürülebilirlik kavramı, Dünya'da yeni bir konsept olan Cittaslow'a uyarlandığında, Cittaslow hareketi sürdürülebilir bir turizm, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir şehir olarak ifade edilmekte ve ekonomik değerleri koruyan, sosyal açıdan güçlü ve çevreye duyarlı bir şehircilik anlayışı olarak görülmektedir. Kültürün ve kimlik olgusunun korunduğu, bu değerlerin canlandırıldığı yavaş şehirlerde, yeni bilincin ve değerlerin şekillendiğini söylemek de mümkündür (Ergüven, 2011: 206).

2. ALAN YAZIN

2.1. Cittaslow Kavramı

Yavaş kavramı, günümüz modern dünyasında, insanların tek tip tüketim anlayışına karşıt olarak doğmuş kültürel ve toplumsal bir harekettir. Temelinde yaşam kalitesini arttırmayı ve yapılan faaliyetlerde zaman kısıtlaması olmaksızın keyif almayı hedeflemektedir. Özellikle sanayi devrimi ile ortaya çıkan hızlı insan gücüne dayalı hızlı yaşamı karşıt alan bu felsefe, insanların her alanda yavaş hareket etmesini savunmaktadır. Böylece hayattan daha da zevk alınacağını belirtmektedir (Sezgin ve Ünüvar, 2012). Özellikle hızlı ve yavaş felsefelerinin olduğu şehirlerde farklılıklar göze çarpmaktadır. Hızlı felsefesine uyan şehirlerde düşük kalitede, hızlı ve eşitsiz bir yaşam varken; yavaş şehirlerde kişilere özgü, alternatif yaşam şartları olan ve yüksek kalitede hayat sunulmaktadır. Hızlı felsefenin olduğu şehirlerde kültür ve tarihi yapılar önemsizken yavaş şehirlerde yerel ve geleneksel kültüre ait yapılar ön plana çıkmaktadır (Kostulska, Hołowiecka ve Kwiatkowski, 2011). Yavaş felsefesinin içinden doğan Slow Food (Yavaş Yemek), Slow City-Cittaslow (Yavaş Şehir), Slow Living (Yavaş Yaşam), Slow Travel (Yavaş Seyahat), Slow Traffic (Yavaş Trafik) ve Slow Tourism (Yavaş Turizm) gibi oluşumlar, hızlı kavramının iyi yönetilmemesi sonucu ortaya çıkan sorunları gidermek amacıyla hareket etmektedir (Bilgi, 2013).

Cittaslow, 1999 yılında İtalya'da fast food kültürüne karşı başlayan yerel bir harekettir. İtalyanca Città (şehir) ve İngilizce slow (sakin / yavaş) kelimelerinden oluşan Cittaslow, "yavaş şehir" anlamına gelmektedir. Kavramın özünde bulunan slow food "yavaş yemek" olgusu zamanla yaygınlaşıp anlam kazanarak sadece beslenmede değil, aynı zamanda yaşam, seyahat, eğitim, para ve okuma gibi birçok sektörde tüketim anlayışında benzer bir "yavaşlık" olgusundan çıkan bir akımdır. Yavaş şehir akımı; küreselleşmenin şehirlerin dokusunu, yaşam tarzını, standartlaştırmasını ve yöresel değerlerin yok olmasını engellemek için meydana çıkmış üyelik sistemine dayalı kentler birliğidir (Mayer ve Knox, 2009: 43, Radstrom, 2011: 91). *Sürdürülebilir turizmin; ekonomik süreklilik, verimli kaynak kullanımı, istihdam kalitesi, (ekonomik boyutu), sosyal eşitlik, yerel kontrol, toplumsal ve yerel refah, ziyaretçi memnuniyeti, kültürel zenginlik, (sosyal boyutu) ve çevresel saflık, biyolojik çeşitlilik, fiziki bütünlük (çevresel boyutu) olmak üzere 12 temel amacı bulunmaktadır. Cittaslow olmak için birliğin belirlediği, çevre politikaları (11 adet), altyapı politikaları (13 adet), kentsel yaşam kalitesini artırıcı teknolojiler ve araçlar (9 adet), yerli üretimin korunması (11 adet), misafirperverlik (5 adet), farkındalık (3 adet), slow food faaliyetlerine ve projelerine destek (7 adet) olmak üzere toplam 59 kriter ile temelde sürdürülebilir turizmin hedeflerine hizmet etmektedir* (Cittaslow Association, 2017). Hareketin başlangıç noktası olarak yöre halkının kendi bölgelerine karşı bilincinin oluşturulması, bunun korunması ve sürdürülmesi yer almaktadır. Bir kente veya şehre karşı bilincin oluşturulması, şehirlerde yaşayan insanların deneyim ve hataları sonucu gerçekleşmektedir. Bu bilincin oluşmasında ortaya çıkan ilişkiler sürdürülebilir ve yaşanılabilir şehirlerde yüksek derecede farkındalık yaratır (Panait, 2013). Cittaslow, yerel ve geleneksel kültürleri koruyan, yaşantıların daha zevkli ve rahat olmasını sağlayan eko sisteme dayalı insan merkezli bir hareket olarak ifade edilmektedir (Tranter, 2010). Bu kavramı sadece bir koruma hareketi olarak ifade etmek yanlış olur. Ancak bu hareketi, şehirlerin küreselleşme ve modernleşme yolunda, kendi ruhlarını kaybetmeden ilerleyebilecekleri alternatif bir yol şeklinde ifade etmek mümkündür (Türkseven ve diğ, 2011). Cittaslow hareketi Slow Food düşüncesini şehirlerin planlanmasında ve tasarımında kullanmayı amaçlayan bir uluslararası

ağdır (Miele, 2008). Bu hareket dört İtalya şehri ile başlamış olup kısa zamanda dünyaya yayılan bir birlik halini almıştır. Birliğe girmek isteyen bir şehir, yapılacak ön değerlendirmede kriterlerin en az %50'sini tamamlamak zorundadır. Daha sonra Ulusal Cittaslow komitesine başvurusunu yapmak durumundadır. Yapılan başvuru sonrasında ulusal komiteden alınacak onay sonrasında İtalya'nın Orvieto kentinde bulunan Uluslararası Yavaş Şehirler Birliğine başvuru yapılmaktadır. Eğer başvuru yapan şehir, gerekli şartları sağlarsa veya şartları karşılayacağına dair gerekli sözleri verirse yavaş şehir olabilmektedir (Cittaslow Türkiye, 2017). Yavaş şehir olmanın en belirleyici özellikleri, nüfusun 50.000'i geçmemiş olması, tarihi yapının ve doğal çevrenin korunabilirliği, kültürel ve sosyal geleneklerin yaşatılabilmesi ve halkın da bu yaşayış tarzı içinde olmasıdır. Cittaslow olan şehirler, tarımda organik sistemin oluşması, kültürel değerlerin korunması, yerel ürünlerin pazara sürülmesi gibi kalkınmaya yardımcı olan birçok tedbiri uygulamak durumundadırlar. Bölgede yaşayan yerel halkın doğal ve sağlıklı ürünleri üretmesi, yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanması, taşıt yoğunluğunun azaltılması, AVM'lerin şehir dışında yer alması Cittaslow şehirleri için önemlidir (Cittaslow Türkiye, 2017).

“Türkiye'nin ilk Cittaslow'u olan Seferihisar, genel merkezde Türkiye'nin başkenti olarak kabul ediliyor. Türkiye'den Cittaslow olmak isteyen kentler, başvurularını Seferihisar'a yapıyor, buradaki incelemenin ardından talepleri İtalya'daki birliğe götürülüyor. Türkiye'de Cittaslow şehirler; İzmir Seferihisar, Aydın Yenipazar, Muğla Akyaka, Çanakkale Gökçeada, Kırklareli Vize, Isparta Yalvaç, Sakarya Taraklı, Ordu Perşembe, Şanlıurfa Halfeti, Artvin Şavşat, Erzurum Uzundere ve Sinop Gerze'dir. Türkiye'nin en mutlu ilinin, en mutlu ilçesi; Gerze. Cittaslow unvanını 2017 yılında elde eden Gerze muhteşem doğası, bozulmamış çevresi, geleneksel el sanatları ve ahşap ürünleri ile bunu hak etmiştir” (Cittaslow Gerze, 2017).

2.2. Gerze

Gaşgalılar tarafından M.Ö. 1400'lü yıllarda ufak bir köy gibi kurulan Gerze birçok devletin himayesinde yer almıştır. İlk olarak Paflagonya Devletinin eline geçen şehir, daha sonra sırayla; Hitit, Frig, Kimmer, Lidya, Pers, Büyük İskender, Roma ve Bizans İmparatorluklarının himayesinde yaşamını sürdürmüştür. Zaman içinde genişleyen ve büyüyen Gerze'nin günümüzde bulunduğu konuma ulaşması M.Ö. 1800'li yıllarda olmuştur. Yapılan araştırmalarda ve kazılarda ortaya çıkan eserler ve buluntulara dayanarak Gerze'de erken Hitit döneminden beri yaşam belirtilerinin olduğu söylenmektedir. Gerze, 1896 yılında Sinop'a bağlı bir kasaba iken 1920 yılında ilçe olarak Sinop iline bağlanmıştır. 1956 yılının Şubat ayında büyük yangın sonucu ilçe çok zarar görmüştür. Halk tarafından "Yangın Evleri" denilen iki katlı bahçeli evler devlet tarafından yeniden inşa edilmiştir. Günümüzde de halen kullanılan bu evlerin ve bahçelerin muhafaza edilmesi turizm ve kültür için önem arz etmektedir (Cittaslow Türkiye, 2017). Gerze ilçe merkezinin nüfusu 2016 yılına göre 23.168'dir. Bu nüfus, 11.355 erkek ve 11.713 kadından oluşmaktadır. Yüzde olarak ise: %49,22 erkek, %50,78 kadındır. Coğrafi olarak arazi yapısının engebeli olması sebebi ile mahallelerde dağınık bir yerleşim şekli görülmekte olup 10 mahalle, 42 köy mevcuttur. İlçe genellikle yaşlı ve orta yaşlı kişilerden oluştuğu için ilçe nüfus yaş ortalaması ülke yaş ortalamasının üstündedir. Kent merkezi ve kıyı bölgelerinde üst ve orta sosyal gruplar yer almaktadır. Gelişme alanları ise merkeze göre daha yoğun ve karmaşık bir yapı göstermekte olup alt ve orta gelir gruplarını kapsamaktadır (Gerze Belediyesi, 2017). Yaz mevsimi kısa, kışlar ılık ve yağışlıdır. İlçenin arazi yapısı engebeli olup, orman ve mera alanları bitki örtüsünü oluşturmaktadır. İlçe ekonomisi tarım, hayvancılık, tekne yapımı, balıkçılık ve halıcılığa dayanır. Özellikle tütün, mısır, buğday, şeker pancarı, sebze ve meyve üretilir. Bunlara bağlı olarak 2 adet un fabrikası ile tütün işleme atölyesi bulunmaktadır. Ayrıca tekstil, deterjan, çivi ve kereste fabrikaları bulunmaktadır. Gerze'nin kıyı bandı, balıkların göç yolu üzerinde olmasından dolayı, Karadeniz'de bulunan tüm balık türleri bu bölgede de avlanmaktadır. Bu nedenle balıkçılık, ilçenin önemli geçim kaynaklarından biridir. İlçede barınak ve iskele mevcut olup balıkçılığa yönelik balık unu ve balık yağı fabrikası ile Balıkçılık İstihsal Kooperatifi bulunmaktadır (Gerze Kaymakamlığı, 2017). Turizm Gerze'de son yıllarda gelişen bir sektördür. Gerze İlçe merkezinde 216 yatak kapasiteli 3 adet otel uzun yıllardır atıl durumda olup bakım ve onarım çalışmaları devam eden 22 adet de motel bulunmaktadır. Tekne yapımı, 16.

yüzyıldan beri ilçede süre giden bir işkolu olup Çarşıönü ve Çayağzı'nda 2. derece donanma gemileri ve deniz taşımacılığında kullanılan sandallar yapılmaktadır.

3. ARAŞTIRMA AMACI

Dünyada ve Türkiye'de uzun yıllar devam eden kitle turizmi yerini sorumluluk esasına dayalı turizm türlerine bırakmıştır. Turistler turistik ürünleri kullanıcı boyutunu aşp, katkı sağlayıcı boyutuna erişmişlerdir. Bu bilinç turizm olayında farklı akımların oluşması gerekliliğini doğurmuştur. Bu eğilimlerden biri olan Yavaş Şehir hareketi günümüzde yavaş yemek ile başlayan ve artık pek çok turistik olaya direk ya da dolaylı olarak dâhil olan bir kavramdır. Bu öneme istinaden son yıllarda araştırmacıların ilgisini çeken bir kavram olan Yavaş Şehir hareketinin sürdürülebilirlik ve sorumlu turizm esasına dayalı olarak sunulması ve kullanılmasına yönelik yerel işletme yöneticilerinin görüşlerinin tespit edilmesi bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırma kapsamında işletme sahipleri ve yönetici statüsündeki çalışanları ile mülakatlar gerçekleştirilerek katılımcıların Gerze'nin yavaş şehir olma sürecine yönelik fikirleri elde edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen veriler nitel araştırma yöntemlerine uygun analiz edilmiştir. Araştırmada Gerze İlçesinde yer alan otel, restoran, kamu misafirhaneleri ve restoranları, ulaştırma hizmetleri yöneticileri ve personeli yer almaktadır Gerze'nin yavaş şehir hareketi ile gelişmesine ve kalkınmasına yönelik mevcut durumunu, önündeki engelleri ve gelişimini belirlemek amacıyla bir takım sorular sorulmuştur. Soru formunu oluşturmada Coşar'ın (2013) çalışmasından faydalanılmıştır. Soru formu aşağıdaki gibidir;

1. Gerze'nin yavaş şehir olduğu hakkında bilginiz var mı?
2. Yavaş şehir kavramının anlamını biliyor musunuz?
3. Yavaş şehir unvanı, insanların tatil amaçlı buraya gelmelerinde ne kadar etkili olduğunu düşünüyorsunuz?
4. Yavaş şehir hakkında ilçe halkının düşüncesi hakkında bilginiz var mı?
5. Yavaş şehir unvanı, ilçede turizmin gelişmesinde nasıl bir etkide bulunabilir?
6. Yavaş şehir unvanının ilçeye ne gibi katkılar sağladığını düşünüyorsunuz?

Görüşmeler 10 Nisan- 1 Mayıs tarihleri arasında Gerze'de turizmle direkt ya da dolaylı olarak ilgilenen 25 kişi ile yapılmıştır. Her kişi için ortalama görüşme süresi 10-30 dakika arasında değişmektedir. Görüşme yapılacak kişilerin görüşmeye kendi isteğiyle katılmak istemesine ve Gerze'nin yavaş şehir olma süreciyle ilgili kısmi düzeyde bilgi sahibi olmasına dikkat edilmiştir.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Turizmle ilgili işletme sahipleri ve çalışanları ile yapılan görüşmeler sonucunda alınan cevaplar aşağıdaki başlıklar kapsamında incelenmiştir;

- Yavaş Şehir Kavramına Yönelik Kısmi Düzeyde Bilgi Sahibi Olma
- Yavaş Şehir Kavramına Yönelik Detaylı Düzeyde Bilgi Sahibi Olma
- Gerze'nin Turistler tarafından tercih edilmesinde Yavaş Şehir Kavramının Etkisi
- Gerze'nin Yavaş Şehir olmasına Yönelik Yerel Halkın Düşünceleri Hakkında Fikir Sahibi Olma
- Gerze'nin Kalkınmasında Yavaş Şehir Olmasının Etkisi
- Yavaş Şehir Kavramının Gerze'ye Katkıları

Araştırma verileri katılımcıların ifadeleri gruplandırılarak aktarılmaya çalışılmış ve Tabloların altında bazı katılımcıların birebir düşüncelerine yer verilmiştir. Ayrıca nitel araştırmanın gerekliliklerinden biri olan yorumlama ve analiz etme yönteminden de faydalanılmıştır.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Veriler

Cinsiyet	Katılımcı Sayısı
Bay	23
Bayan	2
Meslek	Katılımcı Sayısı
İşletme Sahibi	18
İşletme Çalışanı	4
Kamu Görevlisi	3
Yaş	Katılımcı Sayısı
20-30 yaş	4
31-40 yaş	10
41-50 yaş	8
51 yaş ve üzeri	3
Gerze’de Yaşama Süresi	Katılımcı Sayısı
Doğduğumdan Beri	10
0-5 YIL	2
6-10 YIL	4
11-20	6
20 ve Üzeri	3

Tablo 1’de katılımcıların demografik sorulara yönelik verdiği cevaplar yer almaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı (23 kişi) bay olup; Yine büyük bir kısmı (18 kişi) işletme sahibi olarak turizme katılmaktadır. Katılımcıların yaşları incelendiğinde ise; yaş ortalamalarının birbirine yakın olduğu görülmekte; 31-40 yaş ortalamasına sahip katılımcıların 10 kişi, 41-50 yaş ortalamasına sahip katılımcıların ise 8 kişi olduğu görülmektedir. Gerze’de yaşama süresi sorulduğunda ise; doğduğundan beri Gerze’de yaşadığını ifade eden katılımcılar 10 kişidir.

Katılımcılara Yavaş Şehir kelimesini daha önce duyup duymadıkları sorulduğunda tamamı kavramı duyduklarını belirlemekle birlikte, Gerze’nin yavaş şehir statüsünde olduğunu da eklemiştir. Katılımcıların bazıları görüşme sırasında bilgiyi elde etme kaynaklarından bahsetmişlerdir. Bunlar arasında; Gerze’nin yavaş şehir olmasıyla birlikte şehrin üst yapısının zenginleşmesi ve özgünleştirilmesi, çok katlı yapılaşmalara, büyük çaplı işletmelere izin verilmemesi, Gerze’nin Yavaş Şehir olduğunu ifade eden, tanıtıcı panolar, afişler, reklamların şehrin farklı noktalarında bulunması, belediyenin bu konudaki çabaları yer almaktadır.

Tablo 2: Yavaş Şehir Kavramına Yönelik Detaylı Düzeyde Bilgi Sahibi Olma

No	Açıklama
1	Sakinlik, sessizlik, huzurlu bir ortam
2	Araç ve gürültü kirliliğinin çok fazla olmadığı bir şehir
3	Şehrin stresinden uzak, insan kalabalığından uzak bir şehir
4	Doğası bozulmayan, organik gıda üretiminin yapıldığı, güvenilir şehir.
5	Şehrin kalkınmasının ve gelişiminin nicelikten ziyade niteliğe dayalı olduğu, kültüre, doğaya, bireylere saygılı şehir

6	Fast food karşıtı
7	Çok katlı yapılaşmanın, dev binaların olmadığı, geleneksel mimariye önem veren şehir.
8	Huzurlu şehir
9	Stresten uzak, dingin şehir.
10	Kentleşmenin içinde değerlerinden yozlaşmayan, değerlerin korunduğu şehir
11	Doğasıyla, kültürüyle, hizmet sunan işletmeleriyle, halkıyla uyum içinde olan şehir
10	Az göç alan şehir
11	Doğal, sakin, üretimini kendi yapan, büyük şehirlerdeki sıkıntılardan uzak, organik yiyeceklerini kendi üretilip kendi satan şehir
12	Kimliğini hızla kaybeden şehirlere, fastfood yiyeceklere karşı çıkan, doğayı, kültürü, bilim ve sanatı kaybetmeden aynılaştırmadan ilerlemeyi amaçlayan Citta Slow derneğinin ilkelerine uyan şehir
13	Sakin ve huzurlu, dingin şehir.
14	Çevre yapısının bozulmaması için şehirleşmenin yavaşlaması
15	Daha sakin, yaşanabilir, umut veren şehir.
16	Sosyalleşmeyi ve aynı zamanda doğal dengeyi korumayı hedefler
17	Alt ve üst yapısını tamamlamış, kültürü ve tarımı koruyan şehir.
18	Sahip olunan değerlerin korunması ve iyileştirilmesi
19	Sakin şehir.
20	Turistlerin ilgisini çeken, doğası, kültürü korunan şehir
21	Şehirleşmeden, hızdan, gürültüden uzak ve bu şekilde kendini pazarlayan şehir.
22	Yaşanabilir şehir
23	Bölgede yaşayan insanların sakinlikten, huzurdan, sessizlikten mutlu olduğu ve bu şekliyle turist çeken şehir.
24	Turizme açılmaması gereken, açılsa bozulacağını düşündüren kavram
25	Sevgi, saygı, hoşgörü gibi değerlerin kaybolmayacağı, kültürün önemli olduğu şehir.

Katılımcılara Yavaş Şehir kavramına yönelik bildiklerini dile getirmeleri istendiğinde benzer cevaplar olduğu görülmektedir. Tablo 2. incelendiğinde; katılımcıların büyük bir kısmı yavaş şehrin olumlu yönlerinin fazla olduğunu düşünmektedir. Gerze ilçesinin uzun yıllardır devam eden yaşam biçimi olan sakinlik, huzur, sessizlik, organik ürünler, yöresel mutfak, kültürel mirasın korunması “Yavaş Şehir” statüsünü alması ile taçlandırılmıştır. Bu yaşam biçimi onlara mutluluk, huzur, sürdürülebilir mirası sunmakta, gelen turist ile yerel halk olumlu bir etkileşim içinde olduğu görülmektedir. İfadeler incelendiğinde İşletmecilerin büyük bir kısmı; Yavaş şehir kavramına yönelik bilgi sahibi olduğunu belirtmekte, konuya ilişkin sakin, huzur, yaşanabilir, doğanın, kültürün, mimarinin, yöresel yemeklerin korunduğu şehir gibi kavramlarla açıklamaktadır.

Tablo 3: Gerze'nin Turistler Tarafından Tercih Edilmesinde Yavaş Şehir Kavramının Etkisi

Cevaplar	Katılan Kişi Sayısı
Oldukça Etkili	20
Kısmen Etkili	4
Etkili Değil	1

Gerze'nin turistler tarafından tercih edilmesinde Gerze'nin yavaş şehir olmasının etkisine yönelik işletmecilerin görüşleri Tablo 3'te yer almaktadır. Katılımcıların büyük bir kısmı oldukça etkili olduğunu ifade ederken, bir kısmı ise kısmen etkili olduğunu dile getirmiştir. Katılımcıların konuya yönelik görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Gerze'nin turistik potansiyelinin artmasında oldukça etkili olduğunu düşünüyorum. Özellikle çevre illerden oldukça yüksek sayıda kişi Gerze'nin yavaş şehir olmasıyla beraber Gerze'yi tanıdığını ve bu sebeple ziyaret ettiğini ifade etmektedir. Yavaş Şehir kavramı insanların gürültüden uzak, temiz huzurlu, ortamda yaşamalarını vadedmekte, bundan hoşlanan turistler ise tercihlerinde bu hususu göz önünde bulunduracaktır. Gerze yavaş şehrin sakinlik huzurunu fazlasıyla hak etmektedir” (Katılımcı 2).

“Yavaş şehir Gerze’nin tanıtılmasında oldukça etkili olabilir. Ancak önümüzde bazı sıkıntılar mevcut. Örneğin Yavaş Şehir statüsünde yeterli sayıda konaklama işletmesi mevcut değil. Yöresel yemekler açısından zengin olan Sinop mutfağını tanıtılabilecek birkaç yemekten öteye gidilemiyor. Belediyenin sunduğu hizmetler yanlış gelişime yönelik. Dünya’da büyük örnekleri olan Yavaş Şehirler yoğun ziyaretçi sayısına sahipken, ülkemizde bu durum zannetmiyorum benzer oranlarda olsun. Tabi ki gelişimi bir anda beklemek mümkün değil ama çok çalışmak, planlı gelişmek lazım” (Katılımcı 15).

“Yavaş şehir unvanının bölge turizmine büyük bir katkı sağlayacağı aşikârdır. Unvan ilçenin bilinirliğini arttıracacağı gibi ilçemizi turizme dönük bir cazibe merkezi haline getirecektir. Gerze bu şekilde gelişirse; turistler ve halk birbiri ile kaynaşır, bilgi alışverişinde bulunur, kültürel gelişime etki eder. Aynı zamanda pek çok insanı etkileyen çevre kirliliği, trafik, gürültü gibi yaşamı zorlaştıran olumsuz durumların burada olmaması da buranın göç almasını sağlıyor. “ (Katılımcı 9).

Tablo 4: Gerze’nin Yavaş Şehir Olmasına Yönelik Yerel Halkın Düşünceleri Hakkında Fikir Sahibi Olma

Cevaplar	Katılan Kişi Sayısı
Olumlu	13
Kısmen Olumlu	2
Olumsuz	3
Fikrim Yok	7

Gerze’nin Yavaş şehir olmasına yönelik yerel halkın düşünceleri hakkında fikir sahibi olmalarına yönelik katılımcıların görüşler Tablo 4’teki gibidir. Katılımcıların yarısından fazlası yerel halkın Gerze’nin yavaş şehir olmasından mutlu olduklarını; bir kısmı ise fikri olmadığını ya da kısmen olumlu ve olumsuz düşüncelere sahip olduklarını ifade etmişlerdir. İfadeler incelendiğinde ise farklı görüşlerin olduğu görülmektedir. Yerel halkın yavaş şehir ile gelişen turizm hareketlerini ekonomik kazanç olarak görmesi ve bundan fayda sağlaması, yerel halkın bu kavrama yönelik olumlu düşünmesini sağlarken; taşıma kapasitesinin üzerinde ziyaretçi alması sebebiyle, gürültü kirliliği, doğanın bozulması, ekolojik dengenin zarar görmesi, kültürün yozlaşması sebepleri ile olumsuz düşünen halkın da olduğunu dile getirmektedirler. Katılımcıların konuya yönelik görüşleri aşağıdaki gibidir;

“İlçe halkı alınan unvandan mutlu. Şehrin gelişimine katkı sağlayacağını düşünmekte. Yerel halk için bir gelir imkanı doğdu ve bunu herhangi bir çaba göstermeden yapacaklar. Genelde günübirlik ziyaretler olmaktadır. Ama yere halk için bu da yeterli. Son zamanlarda gözlemlenen önemli bir olay da İlçeden giden halkın şimdilerde tekrardan memleketlerine ger dönmeleridir ya da dönmek istemesidir. Bunda yavaş şehir olması da etkilidir diyebilirim.” (Katılımcı 12).

“Şuana kadar herhangi olumsuz bir düşünce ile karşılaşmadım. Ancak benim fikrime göre yerel halkın bu konuda bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Bizler yavaş şehrin ne olduğunu afişlerden, logolardan öğrenemeyiz. Belediyeler, sivil toplum kuruluşları tarafından bilinçlendirilmeli, kavramın bize olan faydalarını, doğru kullanımının nasıl olması gerektiğini öğrenmeliyiz. Bu şekilde gelen turistler de memnun olacak, Yavaş Şehir kavramı da tam anlamıyla gerçekleştirilmiş olacak. “ (Katılımcı 21).

“Yerel halk bu konuda yeni yeni yavaş şehrin ne olduğunu öğrenmekte, gerekli koşulların sağlanması adına yardımcı olmaya çalışmaktadır. Bazılarının bilgileri kulaktan dolma, bazıları ise meraklı ya da eğitilmiş olduğu için araştırmaktadır. Sinop halkı genel olarak eğitilmiş bir halk olsa da; Gerze’de bu dağılım oldukça farklı bir dağılım göstermektedir. O sebeple biraz daha fazla bilinçlendirilmelidir” (Katılımcı 2).

Tablo 5: Gerze’nin Kalkınmasında Yavaş Şehir Olmasının Etkisi

Cevaplar	Katılan Kişi Sayısı
Etkili	17
Kısmen Etkili	5

Gerze'nin kalkınmasında ve gelişmesinde yavaş şehir olmasının etkisine yönelik katılımcıların görüşleri Tablo 5'te yer almaktadır. Katılımcılar bu konuda yüksek bir oranda etkili olabileceğini düşünmektedir. Gerze işletmecileri için henüz oldukça yeni bir kavram olan yavaş şehirden umutlu olduklarını ifade eden katılımcılar, gelir getirici, bölgenin imkânlarını geliştireceğini ve bilinirliğini arttıracaklarını düşünmektedirler. Gerze için kayda değer bir tanıtım unsuru olan yavaş şehir; konuya ilgi duyan ziyaretçilerin ilgisini çekmiş ve gelen ziyaretçilerin bu isme yönelik gelmesini sağlamıştır. İşletmecilerin en büyük korkuları ise; yörenin büyük işletmelerle bozulması ihtimalidir. Yavaş şehir kavramının ilke ve kurallarına bağlı kalındıkça ve çeşitli plan ve teşviklerle bölgeye kazanç sağlayacağını düşünen katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Yavaş şehir Gerze'ye sadece yerli değil yabancı turist de çekecektir. Büyük bir tanıtım unsuru olduğunu düşünüyorum. İnsanların turizme yönelik istek ve beklentileri değişmekte ve çeşitlenmektedir. Dünyanın pek çok yerinde sadece yavaş şehirlere giden insanlar mevcut. Kilit nokta ise doğru tanıtım sanırım. Ancak bu kitle oldukça hassas ve dikkatli olduğu için, kriterlerin dışına çıkıldığında kontrol edenler tarafından bir ceza verilirse de kullanıcılar dikkate almakta ve bu bölgeyi tercih etmekten vazgeçmektedir. Oldukça hassas ve özenli olunmalıdır” (Katılımcı 6).

“Gerze'nin kalkınmasında etkili olacağını düşünmekteyim. Ancak ekolojik tarım ve Yöresel ürünlerin kullanımına yönelik bir artış olursa daha verimli olacağını düşünüyorum bu kavramın. Yerli ve yabancı pek çok turisti çekip bölgemize ve ülkemize katkı sağlayabilir. İlçemizin kültürünü ve özgünlüğünü koruyarak sürdürülebilir bir gelişim oluşturmuş olacağız “ (Katılımcı 2).

“ Turistlerin doğaya olan merakı bu bölgeye olan turist sayısında artışa sebep olabilir. Bu da gelişimi ve kalkınmayı ifade eder. Bu bölgeye yavaş şehrin dokusunu, doğasını, kültürünü, yemeklerini görmek, tatmak, deneyimlemek amacıyla gelen turistler bozuk yollar, betonlar, arabalar görmek istemeyecektir. Tamamıyla bir yavaşlık hakim olması gereklidir şehirde “ (Katılımcı 11).

“Gerze'yi ben Sinop'un Bodrum'u olarak tanımlıyorum. Yazın burası yerli turistlerle epey kalabalıklaşır, kışın ise sessiz, sakin bir şehir olur. Yazın burada trafik inanılmazdır, kışın ise köpek adım atsa duyulur. Bu dengesizliği ortadan kaldıracak bir olay Yavaş şehir. Ancak gelişimi biraz zaman alacak gibi. Biz hemen bir şeyler olsun istiyoruz, hemen kazanalım, gelişelim, ilerleyelim. Bakıyoruz birkaç ay gelişmediğini, bir kazancını görmediğimiz zaman kötü diyoruz öncesinde çok iyi dediğimiz şeye. Bu algıyı yıkmamız lazım öncelikle. Çabalamalıyız bu bakış açısını değiştirmemiz için. Ancak o zaman kalkınmanın bir parçası olabiliriz.” (Katılımcı 23).

Tablo 6: Yavaş Şehir Kavramının Gerze'ye Katkıları

Cevaplar	Katılan Kişi Sayısı
Olumlu Katkıları Vardır	18
Kısmen Olumlu Katkıları Vardır	4
Katkısı Yoktur	3

Yavaş şehir olgusunun Gerze'ye olan katkılarına yönelik katılımcıların görüşleri Tablo 6'daki gibidir. Yavaş şehir kavramı Gerze için oldukça yeni olmasına karşın katılımcılar oldukça umutludur. Gerze'ye sağlayacağı katkılar ise; bölgenin tanıtımının sağlanması, ziyaretçi sayısının yılın tümüne yayılması, birincil gelirlerin artması, yerel halkın turizme katkısının fazla olması, çeşitli etkinlikler ile bu kavramın bilinirliğinin artması, şehrin gelişiminin niteliksel olarak artması olarak ifade edilmiştir. Katılımcıların konuya ilişkin görüşleri aşağıdaki gibidir;

“Henüz yeni bir kavram olduğu için net ifadede bulunamamam da; tanıtım, pazarlama, sosyal imkânların artışı, istihdamın artması gibi hususlar olacağını düşünüyorum. Ayrıca çevre bölgeler arasında bir seçim yapılması gerektiğinde direkt Sinop ve özellikle Gerze'nin tercih edilmesi durumu gerçekleşmeye başladı. Tanınırlığı arttı, Ulusal ve uluslararası basında haberler çıktı. Örneğin öncesinde; BBC, CNN gibi kanallar bizlere yer vermezken şimdi Gurmeler İlçemizi ziyaret eder oldu. İlçemizin tanınması önceliğimiz olsa da; gelirin artış göstermesi de bizler için önemli bir husus” (Katılımcı 7).

“Alınan unvan ile ilçenin tanıtımının artacağını düşünmekteyim. Stresli hayattan, karmaşadan, gürültüden uzak bir şehir vaat ediyor yavaş şehir. Günümüzde pek çok insanın isteği de bu zaten. Eskiye dönmek; daha az insan, daha az eşya, daha çok mutluluk. Bu kavramların merak uyandıracığına ve turizmi olumlu şekilde etkileyeceğini düşünüyorum “ (Katılımcı 4).

“Yavaş şehir kavramı şehrin bilinirliğini arttırmıştır. Yerli ve yabancı basında çıkan haberler ile bölgemizi ziyaret edenler var. Ayrıca bu durum doğal kaynakların korunmasını zorunlu kılmış ve çevre bilincini arttırmıştır “ (Katılımcı 16).

“Gerze'nin yavaş şehir olma süreci hakkında bilgi sahibiyim. Çok uğraşmış bir projedir. Üzerinde çok çalışılmıştır. Bu süreçte belediye alt yapısındaki eksiklikleri tamamlamış, yavaş şehir statüsüne kavuşmak adına çok çalışmıştır. Sonuçlar güzel olduğunu düşünüyorum. Hem ilçemizi tanıtacak, hem de maddi kazanç sağlayacak bir projedir. Doğal, olduğu gibi kalması için çok fazla çaba harcanacak ve sonuç olarak hem elimizdeki kaynakları kullanacağız, hem de koruyacağız” (Katılımcı 24).

“Ben çok büyük bir katkısının olacağını düşünmüyorum. Olması isterim ama olacağı kanaatinde değilim Ayrıca belediye bunun için çok çalıştı, hazırlandı. Ama yavaş şehir kriterlerinde yer alan büyük işletmeler, dev makineler, araçlar olmaması ilkesine uymuyor. Gürültü kirliliği mevcuttur. Şehrin alt yapısındaki bazı sıkıntılardan dolayı sürekli gürültülü makineler evimizin etrafında. Bu durumlar bana kriterlere daha şimdiden uyulmadığını gösteriyor “ (Katılımcı 12).

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Üretim faktörlerinin gelişmesi ve kaynakların çoğalması, çalışma sahalının artışı gibi hususlar daha fazla iş gücüne ihtiyaç duymuş, bu durumda bireylerin uzun saatler çalışmasını gerekli kılmıştır. Yılın büyük bir kısmını çalışarak geçiren bireyler; ücretli izin haklarının da çıkmasıyla dinlenebilecekleri, yorgunluklarını atabilecekleri destinasyonlara yönelmiştir. Kitle turizminin başlangıcını oluşturan bu akım zamanla yerini alternatif turizm türlerine bırakmıştır. Günümüzün değişen ve gelişen teknolojik koşulları, üstün yaşam standartları, gelir seviyesinin artışı, tatilin pek çok farklı kesim tarafından mümkün hale gelmesi gibi sebepler turizmin de gelişiminde büyük rol oynamıştır. 20.yüzyıl turizm hareketleri incelendiğinde; bilinçli, duyarlı, hassas, saygılı, koruyan ve geleceğe aktaran bir turist tipolojisinin varlığını görmek mümkündür. Büyük şehirlerin hızla üreten ve tüketen yapısının aksine turistler ziyaret ettikleri destinasyonları zarar vermeden kullanmak istemekte, bölge halkının kültürüne, gelenek ve göreneklerine saygı duymakta, yöresel yemekleri tatmak istemekte ve dünyaya bir fayda sağlamanın onu korumak olduğunu düşünmektedir. Başlangıç zincir bir fastfood işletmesini protestoya dayansa da; günümüzde turizmde “yavaş” kavramı turizmin önemli yaklaşımlarından biri olarak görülmektedir. Özellikle yavaş yemek, yavaş şehir gibi tanımlarla bilinirliği artan Yavaş şehir kavramı ile Gerze henüz çok yeni tanışmıştır. Şehrin yavaş şehir süreci ile beraber olumlu yönde bir değişim söz konusudur. Bu çalışmada Gerze'nin yavaş şehir olma süreci, izlenimleri, beklentileri işletmecilerin bakış açısı ile incelenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; işletmecilerin büyük bir kısmı baydır. 1960 turizm planları ile birlikte turizm adına gerek kamu, gerekse özel sektörde kadın girişimciliği hususunda pek çok teşvik verilmiş ve verilmeye de devam edilmektedir. Yavaş şehir kavramın önemli bileşenlerinden biri olan yerel halkın kendi kaynakları ile turistik ürün sunması erkeklerin olduğu kadar kadınların da dâhil olması gereken bir süreçtir. Avrupa Birliği, Birleşmiş Milletler, OECD gibi pek çok topluluk kadınların çalışma yaşamında aktif olarak yer alması gerektiğini düşünmekte, bu konuda büyük teşvikler sunmaktadır. Gerze'nin yavaş şehir olması ile beraber kadın iş gücünün de artış göstermesi beklenen sonuçlar arasındadır. Katılımcılara yavaş şehir kavramının anlamına yönelik iki sorulmuştur. Bunlardan biri genel olarak kavram hakkında bilgi sahibi olup olmadığı, ikincisi ise yavaş şehir kavramının ne ifade ettiği, içeriği ne olduğu gibi daha detaylı bilgi sahip olup olmadıklarını öğrenmek amaçlanmıştır. Katılımcıların ifadeleri incelendiğinde; hemen hemen tamamı yavaş şehir kavramının ne olduğunu bilmektedir. Detaylı bilgi vermeleri istendiğinde ise; Katılımcıların yavaş şehir kavramına yönelik; sakinlik, huzur, doğayla, kültürle iç içe olan şehir, yöresel yemekleri sunan şehir gibi ifadelerde buldukları görülmektedir. Yavaş şehir kavramının katılımcılar tarafından biliniyor olmasının büyük bir sebebi de; katılımcıların çevresel değişiklikler sonucu yavaş şehir kavramı hakkında bilgi sahibi olmak istemelerinden kaynaklanmaktadır. Yerel yönetimlerin ve konuyla ilgilenen birimlerin bu konuda tanıtıcı ve bilgilendirici çalışmalarının sayısının artırılması önerilebilir. Gerze'nin turistler tarafından tercih

edilmesinde yavaş şehir kavramının etkili olduğunun düşünen katılımcılar çoğunluktadır. Gerze yavaş şehir olmadan önce de sezonluk turist çekmekte, özellikle yazları turist yoğunluğu yaşanmaktadır. Ancak sezonun oldukça kısa olması ve turistlerin bölgeyi ziyaret sebeplerinin sınırlı olması turizmin bölge halkı tarafından olumlu şekilde algılanmamasına sebep olmaktadır. Yavaş şehir ile birlikte katılımcılar turizm sezonunun uzayacağını, farklı kesimlerin bu durumdan faydalanacağını düşünmektedir. Bazı katılımcılar ise yavaş şehir unvanına sahip şehirlerin çekebileceği kitlenin farkında olmamakta ve herhangi bir değişiklik olmayacağını düşünmektedir. Bu duruma istinaden özellikle turizmin içinde olan katılımcıların konuyla ilgili bilinçlendirilmesi ve uzun süreli faydalarının aktarılması beklenmektedir. Gerze halkının yavaş şehir kavramına yönelik düşünceleri katılımcılara sorulduğunda; yerel halkın bu konudaki görüşlerinin farklılaştığı görülmektedir. Bazı katılımcılar; yerel halkın büyük bir kısmı mutlu olduğunu ifade ederken; bazıları ise; tam olarak oturmamış bir alt ve üst yapı sisteminin yavaş şehir gibi bir unvanı hak etmediğini düşünmektedir. Yavaş şehir olgusu şehirleri bir anda geliştirecek, bir nevi sihirli bir değnek gibi olmadığı, emekle, sabırla, gelişecek ve geliştirilecek bir kavram olduğu görüşünü ifade eden katılımcılar da bulunmaktadır. Yerel halkın turizmle en doğru noktada buluşması Yavaş şehrin o şehirde parlamasını sağlayacaktır. Yerel halkın fikrinin gelişmesi için de; uzun dönemli planların ve projelerin yerel halka aktarılması, faaliyetlerin sadece belirli kurum ve kişilerden ibaret kalmaması gerektiği söylenebilir. Dünyanın en iyi yavaş şehir örnekleri bu konuda yerel halkın en yoğun turizme katıldığı şehirlerdir. Bu durumun yerel halkın bilgisine sunulması önemli bir husus olarak ifade edilebilir. Kalkınma kavramı uzun ve meşakkatli bir süreçtir. Bölgeye pek çok yönden katkı sunan, herkesin mutlu olduğu bir kavramı ifade eder. Katılımcıların büyük bir kısmı da Gerze'nin kalkınmasında yavaş şehir kavramının etkili olduğunu düşünmektedir. Gerze'nin yavaş şehir ile gelişeceğini, ilerleyeceğini düşünen katılımcılar aynı zamanda koruma kavramının da önemine değinmektedir. Bu noktada gelişirken mevcut değerlerimizin korunması ve korunarak bir fayda sağlanması fikri öne çıkmakta ve bu durum katılımcılar tarafından da önerilmektedir. Ayrıca kalkınmanın doğru tanıtım çabaları ile gerçekleşeceğine inanan katılımcılar bu konuda gerekli özveriye göstermekte de oldukça cömert davranacaklarını ifade etmekten kaçınmamışlardır. İşletmecilere Yavaş şehir kavramının sunduğu katkılar sorulduğunda ise büyük bir kısmının olumlu görüş ifade ettiği görülmektedir. Bu görüşler incelendiğinde ise; büyük bir kısmının şehrin doğal yapısının, kültürel dokusunun, mimarisinin, sakinliğinin bu şekilde daha iyi korunabileceğini düşündüğü tespit edilmiştir. Şehrin Yavaş şehir olması ile üzerindeki yükümlülükler artmakta ve günümüzde pek çok şehrin hızlı ve orantısız gelişimiyle örtüşmeyen sadelik ve özgünlük kavramları Gerze için önemli olmaktadır. Bu sebeple katılımcılar bu değerlerin korunmasından oldukça mutlu olduklarını ifade etmekte, gerekli denetim ve uygulamalarının devamlılığı ile bu memnuniyetlerinin devam edeceğini dile getirmektedirler. İfade etmekte fayda görülmektedir ki; bölgesel gelişimin önemli unsurlarından biri olan yavaş şehir kavramında en büyük sorumluluklardan biri paydaşlara düşmektedir. Bölgesel kalkınmanın, bölgenin sahip olduğu kültürel, ekonomik ve doğal kaynakların korunması kullanılması fikrine sıkı sıkıya bağlıdır. Gerze'nin yavaş şehir unvanı ile gelişen turizm hareketlerinin artarak devam etmesi özellikle kamu kurumları ve işletmelerin ve işbirliği ve beraberlik içinde olması, farklı kanallar ile beraber çalışmaların ve projelerin yapılması, bölge tanıtımının en doğru şekilde gerçekleştirilmesi çabaları yakından ilgilidir. Yavaş şehir kavramı insan odaklı, gelecek nesilleri önemseyen, ekonomik kazançlardan daha çok manevi kazanımları hedefleyen bir yaklaşımdır. Buna riayet etmek, yerel halktan, en tepede yer alan kişi ve kurumlara kadar herkesin görevi, sorumluluğudur.

Kaynakça

- Bilgi, M. G. (2013). Türkiye'nin Sakin Şehirlerinde Permakültürel Koruma, Planlama, Yönetim ve Eğitim Pratikleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:29, 45-59.
- Cittaslow Association, (2017), <http://www.cittaslow.org/network/gerze> Erişim Tarihi: 25. 07. 2017
- Cittaslow Gerze, (2017), <http://www.cittaslowgerze.com> Erişim Tarihi: 25. 07. 2017
- Cittaslow Türkiye (2017) <http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-gerze> Erişim Tarihi: 25. 07. 2017
- Coşar, Y. (2013). *Yavaş Şehir (Cittaslow) Olgusunun Turist Davranışları ve Yerel Halkın Kentsel Yaşam Kalitesi Algısına Etkileri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Ergüven, M.H.(2011). Cittaslow Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 201-210.
- Gerze Belediyesi (2017), <http://gerze.bel.tr/index.asp?cmd=sayfa&id=68> Erişim Tarihi: 25. 07. 2017
- Gerze Kaymakamlığı (2017), <http://www.gerze.gov.tr/cografya> Erişim Tarihi: 25. 07. 2017.
- Grzelak-Kostulska, E.,Hołowiecka, B. and Kwiatkowski G. (2011). *Cittaslow International Network: An Example Of A Globalization Idea?*. In the Scale Of Globalization. Think Globally, Act Locally, Change Individually in the 21st Century, University Of Ostrava, Ostrava, 186-192
- Güneş, G.(2008). Turizmin Sürdürülebilirliği için Ekoturizm. *Popüler Bilim*, 15(177), 28-30.
- Mayer, H., Knox, P. (2005). Slow Cities: Sustainable Places in a Fast World, *Journal of Urban Affairs*, 28(4), 321–334.
- Miele, M. (2008). Cittaslow: Producing Slowness Against the Fast Life. *Space and Polity*, 12(1), 135-156
- Özbey, R.F. (2002). Sustainable Tourism Development in Globalization Progress, *Globalization and Sustainable Development, International Scientific Conference*, Book: 4,Varna/Bulgaristan, 1-3, p. 135-150.
- Özgüç, N. (2007). *Turizm Coğrafyası*. 5. Basım. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Panait, I. A. (2013). *From Futurama to Cittaslow, Slowing Down in a Fast World*. Master Thesis of MSc, Landscape Architecture and Planning, Wageningen University, Netherlands.
- Radstrom, S. (2011). A Place- Sustaining Framework for Local Urban Identity: An Introduction and History of Cittaslow. *Italian Journal of Planning Practice*,1(1), 312-393.
- Sezgin, M. ve Ünüvar Ş. (2012) *Yavaş Şehir Sürdürülebilirlik ve Şehir Planlaması Ekseninde*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Tranter, P.J. (2010). Speed Kills: The Complex Links Between Transport, Lack of Time and Urban Health, *Journal of Urban Health: Bulletin of the New York Academy of Medicine*, 87 (2), 155-166.
- Türkseven D. İ. ve Dalgakıran, A. (2011). An Alternative Approach in Sustainable Planning: Slow Urbanism. *Archnet-IJAR, International Journal of Architectural Research*, 5 (1), 127-142.

YÖRESEL ÜRÜNLERİN GASTRONOMİ TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ: PESTİL VE KÖME ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Aybuke CEYHUN SEZGİN
Gazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
aybukeelif@gazi.edu.tr

Arş. Gör. Firdevs YÖNET EREN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü
fyonet@nevsehir.edu.tr

Özet

Ülkemizin bulunduğu coğrafi konum ve iklim birçok tarımsal ürünün yetiştirilmesine ve çeşitlenmesine imkân sağlamaktadır. Geçmişten günümüze kadar olan süreçte insanlar yaşadıkları bölgelerde yetişen ürünleri değerlendirerek değişik tat ve lezzetlere sahip yörelere özgü yiyecek ve içecek üretmişlerdir. Çalışmaya konu olan pestil ve köme Gümüşhane yöresinde dut meyvesinden elde edilen yöresel ürünler arasında bulunur. Bu yöre coğrafi özellikleri ve mikro klima iklim yapısı nedeniyle pestil ve köme üretiminde kullanılan dut ve diğer meyvelerin yetiştirilmesi için uygundur. Pestil; dut, bal, süt ve un karışımına fındık veya ceviz eklenmesi ve kurutulması ile elde edilen besin değeri yüksek bir yiyecektir. Dut pestilinin vücutta doku ve hücrelerin yenilenmesi, su dengesinin korunması, bağışıklık sisteminin güçlenmesi ve enerji vermesi gibi sağlık açısından olumlu etkileri bulunmaktadır. Köme ise; ceviz parçalarının ipe dizildikten sonra pestilinde ham maddesi olan karışıma batırılması ve kurutulmasıyla elde edilmektedir. Köme bileşiminde bulunan fındık ve ceviz gibi yağlı tohumlar B grubu vitaminler, mineraller, yağ ve protein içeriğinin yüksek olması nedeniyle insan sağlığı açısından önemlidir.

Çalışmada; pestil ve kömenin gastronomi turizmi açısından destinasyon nedeni olarak önemini ortaya konulması hedeflenmiştir. Ayrıca bu geleneksel ürünlerin sağlık açısından olumlu yönlerinin ön plana çıkarılarak üretiminde sürdürülebilirliğinin sağlanması ve gelecek nesillere lezzeti ve kalitesinden ödün verilmeden aktarılması için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yöresel ürün, Gastronomi, Pestil, Köme.

EVALUATION OF LOCAL PRODUCTS FOR SUSTAINABILITY OF GASTRONOMY TOURISM: THE CASES OF PESTİL AND KÖME

Abstract

The geographical location and climate of our country allows many agricultural products to be cultivated and diversified. In the process from the past to the present day, people have produced food and drink specific to the region with different tastes and flavors by evaluating the products grown in the regions where they live. The fruit pulp and gum that is the subject of study are among the local products obtained from the mulberry fruit in Gümüşhane region. This region is suitable for the cultivation of mulberry and other fruits used in the production of pulp and poultry due to its geographical features and microclimate climate structure. Pestil, mulberry, honey, milk and flour mixture and hazelnut walnut is added to the mixture and dried food is a high value food obtained. Mulberry pestil's has positive health effects such as renewal of tissues and cells in the body, protection of water balance, strengthening of the immune system and energy delivery. Köme, the walnut pieces are obtained by immersing and drying the mixture, which is the raw material in the pest then dried. Oil seeds such as hazelnut and walnut in the composition of the horse are important for human health because of the high content of vitamin B, minerals, fat and protein in group B.

Study; it is aimed to put forward the importance of destination as the destination of gastronomy tourism of pistachio and rootstock. In addition, proposals have been made for ensuring the sustainability of these traditional products in terms of health by emphasizing the positive aspects of health and conveying them without compromising the taste and quality of future generations.

Keywords: Local product, Gastronomi, Pestil, Köme.

1.GİRİŞ

Ülkeler veya bölgelere ait yöresel yiyecekler ve beslenme alışkanlıkları, o ülkede yaşayan toplumların yaşam şekli ve şartları ile ilgili bilgi vermekte ve kültürel mirasın da birer parçasını oluşturmaktadır. Yiyecek-içecek, kültür ve kimlik ile yakından ilişkili olmakla birlikte, yöresel ürünler bir bölgenin sahip olduğu kimliğin simgesi haline gelmiştir (Çapar ve Yenipınar, 2016).

Yöresel ürünlerin tüketimi bir bakıma yerel kültürü tanıma ve deneyimleme anlamına da gelebilmektedir (Lee, 2014). Yöresel ürünler belirli bir bölgede üretilen veya yetiştirilen yiyecek çeşitleri olarak tanımlanabildiği gibi belirli bir yörede yetişen veya işlenmiş ürünlerle hazırlanan ve o yöreye özgü kültürel özellikleri taşıyan yiyeceklerin tümü olarak açıklanabilir (Bezirgan ve Koç, 2014; Kaya, 2015). Bu yüzden yöresel ürünler, bir turizm yöresine ait kültürel özelliklerin en önemli parçalarından biri olarak turistlerin bu bölgede yaşayacakları deneyimlerine çekicilik ve farklılık sağlamaktadır (Kaya, 2015).

İnsanlar eski çağlardan beri yaşadıkları yörelerde sahip oldukları ürünleri kullanarak farklı tat ve lezzette yiyecek veya içecek hazırlamışlardır. Bu yüzden coğrafi bölgelere özgü yiyecek çeşitleri ve yaşam tarzları bulunmaktadır (Kalkışım ve Özdemir, 2012). Coğrafi açıdan bakıldığında bir bölge veya yöreye özgü olan, ün ve kalitelerini bölgenin doğal olanakları ve bölgesel özelliklerinden alan, yöre insanının bilgi ve geleneklerinden de etkilenen ürünler olarak bilinen yöresel ürünlere günümüzde talebin arttığı görülmektedir (Schneider ve Ceritoğlu, 2010). Yörelere özgü yiyecek ve içecekleri tanıma amacıyla yapılan seyahat deneyimi olan gastronomi turizmi, son zamanlarda önemi artan bir turizm çeşidi olarak birçok insanın ilgisini çekerek seyahat tercihlerini etkilemektedir. Bu tercihlerin yöre insanları ve ekonomisi üzerinde olumlu yönde etkileri söz konusu olduğundan bölgeye önemli bir kazanç sağlamaktadır (Çapar ve Yenipınar, 2016).

Çalışmaya konu olan yöresel ürünlerden pestil ve köme Gümüşhane ili ile özdeşleşmiştir. Gümüşhane Karadeniz Bölgesi'nin Doğu Karadeniz Bölümü sınırları içerisinde yer almaktadır. Ayrıca Erzurum ve Trabzon illeri arasındaki tarihi İpek Yolu güzergahında bulunması, tarih ile tabiatın birleştiği ve zengin gümüş madeni ocaklarına sahip olması nedeniyle Gümüşhane adını almıştır (Kalkışım ve Özdemir, 2012). Coğrafi yapısından dolayı pestil ve köme gibi yöresel ürünlerin üretimi için uygun bir konumda yer almaktadır. Ayrıca mikroklima iklim yapısına sahip olan yöre, pestil ve köme üretiminde kullanılan çeşitli meyvelerin yetiştirilmesi için uygundur (Özbek, 2010). Türk Patent Enstitüsü tarafından tescillenen Gümüşhane Dut Pestili ve Gümüşhane Kömesi, ceviz, fındık, bal, süt, şeker ve undan üretilen yöresel ürünlerdir (TPE, 2017).

Gastronomi turizmi açısından önemli yöresel ürünlerden olan pestil ve kömenin sağlık açısından olumlu yönleri ön plana çıkarılarak, bu ürünlerin üretiminin sürdürülebilirliğinin sağlanması ve gelecek nesillere lezzeti ve kalitesinin özüne bağlı kalarak aktarılması gerekmektedir. Bu çalışmada; yöresel ürün olarak değerlendirilen pestil ve kömenin gastronomi turizminin sürdürülebilirliği açısından önemi ele alınmaya çalışılmıştır.

Yöresel Ürünlerin Gastronomi Turizmi Açısından Sürdürülebilirliği

Yöresel ürünler, farklı bölgelerde üretilen ve üretildiği yöreye özgü lezzet, aroma ve bileşim gibi özelliklere sahip olan yiyecekler olarak tanımlanır (Tan, 2009). Başka bir tanıma göre yöresel, bölgesel ya da geleneksel ürünler; coğrafi açıdan bir bölge veya yöreye özgü, ün ve kalitelerini yörenin doğal koşulları yada bölgesel özelliklerinden kaynaklanan bilgi, deneyim ve geleneklerinden alan, o bölgedeki hammadde ve üretim girdilerini kullanmak ve bu alandaki ekonomik gelişim ile istihdamı teşvik etmek suretiyle üretilen ürünlerdir (Dorant ve Leonhauser 2004; Demirbaş vd., 2006).

Yöresel ürünler toplumların yaşadıkları yörelerdeki iklim, tarımsal ürün çeşitliliği, beslenme alışkanlıkları, çalışma şartları ve din gibi faktörlerle şekil alan etnik yiyecek ve içeceklerdir (Cayot, 2007). Bu ürünler uzun zaman içerisinde ekolojik ve sosyokültürel çevrenin karşılıklı etkileşimleri sonucunda ortaya çıktığı için toplumların kendine özgü geleneksel yeme-içme kültürünü de yansıtmaktadır.

Toplumları ve yöreleri daha iyi tanıyabilmek için son zamanlarda yöresel gıda ürünlerini ve mutfak özelliklerini öğrenme isteği yeme-içme için seyahat deneyiminin giderek artmasında bir araç haline gelmiştir (Lopez ve Martin, 2006). Pearce (2002) yaptığı bir çalışmada; yiyeceklere olan ilginin artmasının, turistler için bir destinasyona gitme arzusunun önemli bir parçası ve motive edici bir anahtar haline geldiğini açıklamıştır. Yeni bir yiyecek ve içecek tecrübesi yaşamak için seyahat motivasyonu oluşturan ve seyahat davranışlarının güdülenmesine yardımcı olan gastronomi turizmi, yöreye özgü yemeklerin sunulması ile o yöreye ait kültürel kimliği ve mirası yansıtmakta ve yerel destinasyonlar için rekabet avantajı gerçekleştirmede önemli bir etkidir (Çalışkan, 2013). Kırsal Seyahat Endüstrisi Birliği tarafından yapılan bir çalışmada; gastronomi turistlerinin %70'inin seyahat ettikleri yörelerden aldıkları yiyecekleri, yemek tariflerini, şarap vb. ürünleri yaşadıkları bölgeye götürerek arkadaşları ve aileleri ile paylaştıkları belirtilmiştir (Marzella, 2008). Gastronomi amaçlı seyahat eden turistler için belirlenen bu oranın ülke ve bölge tanıtımı için oldukça önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir (Kesici, 2012).

Son yıllarda uluslararası pazarlarda geleneksel ürünler giderek rağbet görmektedir. Ülkelerin ihracat ile elde ettiği gelirler yörede istihdamın artmasında, yöre halkının üretime teşvik edilmesinde ve bölgesel kalkınmada etkilidir. Ekonomik kalkınma ise istihdam oluşturması ve yerel bazda kişi başına düşen milli gelirden artışın sağlanması bakımından önemlidir (Kazan vd., 2010).

2.YÖRESEL ÜRÜNLER: PESTİL VE KÖME

Yöresel ürün olarak değerlendirilen pestil ve köme genellikle Anadolu'ya ait bir kültür olarak bilinmektedir. İlk hazırlandığı tarih bilinmemekle beraber yapımının yıllar öncesine dayandığı tahmin edilmektedir. Osmanlı döneminde Gümüşhane yöresinde pestil ve köme üretildiği ancak ticaretinin yapılmadığı tarihi kayıtlarda yer almaktadır. Eskiden yörede yaşayan insanların yaz aylarında bağlardan topladığı dutların şirasını çıkararak un ile beraber pişirdiği, beze sererek güneşte iyice kuruttuğu ve teneke veya küp içerisinde nemsiz bir ortamda muhafaza ettiği bilinmektedir. Gümüşhane yöresinde yıllar öncesinden başlayarak günümüze kadar gelen bu kültür hala devamlılığını sürdürmektedir (Kalkışım ve Özdemir, 2012).

Meyve ve sebze gibi su içeriği fazla olan gıdaların üretiminin dışındaki mevsimlerde tüketiminin sağlanması amacıyla yapılan kurutma işlemi en eski gıda muhafaza yöntemlerinden biridir. Raf ömrü oldukça kısa olan ve muhafazası sırasında birçok problemle karşılaşılabilen meyvelerden özellikle kış aylarında tüketilmek üzere pestil ve köme gibi ürünler elde edilmektedir. Pestil ve köme ülkemizde tanınan ve sevilerek tüketilen kurutulmuş çerez tipi geleneksel gıdalar arasındaki yerini almıştır (Batu vd., 2007; Çakır, 2009). Pestil üretiminde taze elma, dut, erik ve kayısı gibi tatlı veya ekşimsi meyveler yanında kuru üzüm ve incir de kullanılmaktadır. Çeşitli yörelerde üretimde genellikle üzüm ve dut meyveleri tercih edilmekte ve elde edildiği meyveye göre; üzüm pestili, kayısı pestili ve dut pestili olarak adlandırılmaktadır (Kaya ve Maskan, 2004). Pestil ve köme bileşimlerine giren pekmez ve nişastadan dolayı iyi bir enerji, mineral ve vitamin kaynağı olarak bilinmektedir (Yıldırım ve Koyuncu, 2009).

Son yıllara kadar aile işletmeleri tarafından geleneksel metotlarla üretimi yapılan pestil, günümüzde modern işletmelerde üretilen ürünler arasına girerek, ülke ekonomisine de katkı sağlayan ürün haline gelmiştir. Pestil doğrudan meyve şıralarından üretilebileceği gibi pekmezden de üretilebilmektedir. Pestil ve köme üretimi için en uygun hammadde sıvı pekmezdir (Batu vd., 2007). Gıda Maddeleri Tüzüğü'nün 474. maddesinde pestil tanımı "erik, kayısı, dut vb. tatlı veya ekşimsi meyvelerin ezmelerinin kabuk, çekirdek ve posalarının ayrılmasıyla elde edilen öz suyuna nişasta ve un gibi katkı maddeleri ilave edilerek, koyulaşması sağlandıktan sonra kurutulup levha haline getirilmesi sonucu meydana gelen yöresel ürün" şeklinde yapılmıştır (Topçu, 2017). Türk Standartları Enstitüsü'ne göre pestil ve köme herlesi; üzüm, erik (TS 792), kayısı (TS 791) ve duttan elde edilen pulp veya meyve sularının gerektiğinde yenilebilir nişasta (TS 2470), beyaz şeker (TS 861), çeşni ve katkı maddeleri ilavesi ile tekniğine uygun olarak yoğunlaştırılmasından sonra usulüne uygun şekilde yapılarak kurutulması ile elde edilen bir mamul olarak tanımlanır. Yapımı sırasında arzu edilen yapısal ve

dokusal özellikte ürün elde edebilmek için formülasyona belirli oranlarda un veya nişasta ilave edilir. Bu sayede pestile istenen sertliğin kazandırılması sağlanır (Özer ve Yağmur, 2004).

Türk Dil Kurumu'na göre diğer adı cevizli sucuk olan Gümüşhane Kömesi; başka yörelerde yapılan cevizli sucuğa benzemekle beraber önemli farklılıklara da sahiptir. Gümüşhane Kömesi yapılırken ipliklere dizilen iç cevizin batırıldığı karışımın içeriği oldukça farklıdır ve bu içerikte genellikle dut, şeker, un, süt, glikoz, bal, ceviz veya fındık bulunmaktadır. Gümüşhane yöresinde pestil ve köme üretiminde kesinlikle dut şırası veya pekmezi kullanılmaktadır. Bu ürünlerin üretimi uzun zaman almakta ve emek istemektedir (Kalkışım ve Özdemir, 2012; TDK, 2017; TPE, 2017).

Üretimde kullanılan dut meyveleri, güney ve kuzey yarım kürelerin alt tropik bölgelerinde yetiştirilmektedir. Türkiye'de taze, kurutulmuş veya işlenmiş olarak tüketilen dut meyveleri için Gümüşhane yöresi coğrafi ve iklim özellikleri açısından uygundur (Nas ve Nas, 1987; Demir ve Kalyoncu, 2003; Yıldız, 2013). Dut (*Morus spp.*) *Moraceae* familyasının *Morus* cinsine ait olan, toprak özellikleri açısından seçici olmaması nedeniyle farklı iklim ve toprak koşullarına adaptasyon yeteneği oldukça yüksek olan, ılıman, tropik ve subtropik iklim bölgelerinde yetişebilen bir meyvedir. Ülkemizde meyvesinden yararlanılan ve yaygın olarak yetiştiriciliği yapılan dut türleri *Morus alba* (beyaz dut), *M. nigra* (karadut) ve *M. rubra* (kırmızı veya mor dut)'dır (Karadeniz ve Şişman, 2003).

Pestil ve köme üretimi kara kazan adı verilen ev tipi üretim ve modern üretim olmak üzere iki şekilde yapılmaktadır. Fakat günümüzde Gümüşhane yöresindeki birçok pestil ve köme işletmesinin üretim koşulları çağın gerektirdiği şekilde modern yöntemlerle gerçekleştirilmektedir. Evlerde kışa hazırlık için hala klasik odun ateşi üzerindeki kara kazan ile üretim küçük ölçekli yapılmaktadır (Akyüz ve Kara, 2016).

Geleneksel yöntemlerle ülkemizde yapılan pestil üretimi; meyvelerin şıralarının çıkarılması, nişasta ile bulamaç haline getirilmesi, ince bir şekilde bezlere yayılması, güneş altında veya kurutma fırınlarında kurutulması ve bezlerden ayrılması ile elde edilmektedir. Üretilen pestil yapıldığı meyvenin tipik özelliklerini yansıtmakla beraber üretim şekline göre de değişiklik gösterebilmektedir. Ayrıca pestil yayılmadan önce çeşitli iriliklerdeki ceviz, fındık, badem içi ve yerfıstığı koyulaşan şıraya ilave edilebilir. Bu meyvelerin ilave oranları %1-2 civarındadır. Pestilin yayma kalınlığı 0.5-2.0 mm arasında olmalıdır. Yayma işleminden sonra güneşte tutmak suretiyle pestilin kurumması sağlanmalıdır. Daha sonra pestile çeşitli boyutlarda kesilerek şekil verilir ve pestil dilimleri arasına nişasta serpiştirilerek paketlenir. Ayrıca iplerde kurutulan pestilin arasına badem, ceviz ve fıstık gibi yağlı tohumlar ilave edildikten sonra üçgen şeklinde dürülerek dürme adını alır (Ekşi ve Artık, 1984).



Resim 1. Pestil (Kalkışım ve Özdemir, 2012:33)

Köme (cevizli sucuk) üretimi için pekmez toprağıyla ekşiliği giderilmiş şıraya nişasta veya un katılır, kaynatılır ve koyulaştırılır. Bu koyulaştırılmış ürüne halk arasında herle adı verilir. İpe dizilen ceviz, badem, fındık veya fıstık içleri bu koyulaştırılmış şıraya (herleye) batırılarak çıkarılır ve kurutulur.

Kurutulduktan sonra tekrar karışıma daldırılır ve tekrar kurutulur. Bu işleme, köme istenilen kalınlığa ulaşınca kadar devam edilir. Son kurutmadan sonra iç kısımdaki ip çıkartılıp köme kesilerek ambalajlanır. Cevizli sucuk Gümüşhane, Kırşehir, Nevşehir, Kayseri, Tokat, Çorum, Mardin ve Diyarbakır'ın köyleri başta olmak üzere Anadolu'nun birçok yöresinde üretilir (Anlı, 2006; Koca, 2014).



Resim 2. Köme (Cevizli Sucuk) (Kalkışım ve Özdemir, 2012:42)

Bazı ülkelerde meyve ruloları veya tafinler olarak adlandırılan pestil, farklı teknik ve farklı malzemeler kullanılarak üretilir. Pestil türleri meyve suyu, nişasta ve şekerden elde edilirken bu malzemelere ek olarak geleneksel Gümüşhane pestilinde bal, buğday unu ve süt ilave edilmektedir (Maskan, 2001). Türk Patent Enstitüsü tarafından Gümüşhane Dut Pestili ve Gümüşhane Kömesi, kendine has özellikleri ve üretimleri bakımından özgün ürünler olarak kabul edilmiş ve yöresel ürünler olarak 23.01.2004 tarihinden geçerli olmak üzere tescil edilmiştir (Yıldız, 2013; Gümüşhane Ticaret Odası, 2017; TPE, 2017). Gümüşhane yöresinde üretilen pestilin diğer pestil türlerinden daha yumuşak ve parlak özellik gösterdiği belirtilmiştir. Diğer yörelerde yapılan pestillere göre üretiminde daha fazla ceviz ve fındık kullanılmaktadır. TPE'den elde edilen verilere göre 100 kg Gümüşhane Pestilinin üretimi için; en az 20 kg bal, en az 15 kg süt ve en az 20 kg iç ceviz veya iç fındık kullanılmalıdır (TPE, 2017).

Pestil ve kömenin iklim koşullarına bağlı olarak çürüme, kurtlanma veya küflenme gibi sorunlarla karşı karşıya kaldığı durumlar söz konusudur. Ayrıca üretim sırasında imalat hatalarından kaynaklı yırtılma, çatlama, kırılma ve acılaşıma sorunları ürünlerin kalitelerini düşüren başlıca problemler arasındadır (Erdoğan vd., 2003). Gümüşhane Dut Pestili rutubetsiz ortamlarda ve güneş ışığı almayan yerlerde muhafaza edilmelidir. Hiçbir katkı maddesi kullanılmadan oda sıcaklığında 3 ay muhafaza edilebilirken, 5-10 °C sıcaklıkta bu süre 6 aya kadar çıkabilmektedir (TPE, 2017).

Pestilin bileşimine göre aşağıda belirtilen çeşitleri bulunmaktadır: (Kalkışım ve Özdemir, 2012)

Cevizli kuşburnu pestili: Bileşimindeki C vitamini içeriği dokuların gelişimi ve onarımında etkilidir.

Fındıklı dut pestili: Demir minerali yönünden zengindir. Su dengesinin korunmasında, hormon ve enzim üretiminde önemli etkiye sahiptir.

Cevizli dut pestili: Demir minerali yönünden iyi bir kaynaktır.

Sade dut pestili: Bağışıklık sisteminin güçlendirilmesinde önemli etkiye sahiptir.

Köme çeşitleri ise fındıklı, cevizli ve pikolalı köme şeklinde adlandırılmaktadır. Bu çeşitler bağışıklık sisteminin güçlenmesinde önemli etkiye sahiptir. Çeşitler arasında bulunan pikolalı kömenin bileşiminde dut pekmezi, süt, süzme bal, ceviz içi, pikola fındığı, un ve su bulunmaktadır. Kan yapıcı ve kolesterolü dengeleme özelliği vardır (Anonim, 2017a).

Gümüşhane yöresinde ev ölçeğinde yapılan ve kış aylarının vazgeçilmez yöresel gıdalarının başında gelen pestil, köme ve pekmez ürünleri endüstriyel ve ticari açıdan ilk kez Büyük Bayraktar ailesi tarafından 1974 yılında işletme boyutunda 12 ay boyunca üretilmeye başlanmış ve yöresel bir kazanç

kaynağına dönüşmüştür (Akyüz ve Kara, 2016). Pestil ve köme son 15 yılda önemli bir ticari ürün haline gelmiştir. 2002 yılında bu geleneksel ürünlerin üretimini yapan sadece 4 işletme bulunurken, 2012 sonunda bu rakam 23'e ulaşmıştır. 2002 yılında 160 ton olan üretim kapasitesi 2012 yılında 1.325 tona yükselmiştir. 2012 yılında üretimin %52'sini pestil, %30'unu köme ve %18'ini ise diğer tatlı çeşitleri oluşturmaktadır. Gümüşhane yöresinden pestil ve köme ihracatına ilk olarak 2010 yılında başlanmıştır (Irkın, 2013). Gümüşhane ilindeki Kral, Harmangülü, Padişah, Doğa ve Gümüş markalı işletmelerin 2015 yılı itibarıyla en fazla üretim gerçekleştiren işletmeler olduğu bilinmektedir. Yörede bulunan üç firmanın özellikle Almaya ve Fransa'ya ihracat yaptığı kayıt altına alınmıştır. Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası verilerinde; yörede bulunan işletmelerin 2015 yılında ürettikleri pestil ve kömenin %90-95'lik kısmını il dışına sattığı belirtilmektedir. Ayrıca %5'lik kısma tekabül eden yaklaşık 100-200 ton ürün ise perakende olarak Gümüşhane yöresinde satışa sunulmaktadır (Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası, 2017).

Pestil ve Kömenin Sağlık Açısından Önemi

Genellikle kış mevsiminde tüketilmek için hazırlanan pestil ve köme, insan vücuduna sağladığı enerji, vitamin ve mineral içeriği ile beslenme açısından değerli olan geleneksel yiyeceklerdir (Ekşi ve Artık, 1984). Pestil ve köme içerdikleri bileşim öğeleri sayesinde yüksek enerji değerine sahiptir. Bu nedenle enerji gereksinimi fazla olan bireylere önerilebilmektedir. Bu ürünlerden 100 g pestil 332 kcal enerji verirken, 139 mg fosfor, 1260 mg potasyum ve 33 mg sodyum içermektedir. Sodyum içeriğinin düşük potasyum içeriğinin yüksek olması özellikle kalp ve damar hastalıklarının önlenmesi açısından büyük önem taşımaktadır (Özbek, 2010).

Üzümsü meyvelerden elde edilen ürünler mineral madde içeriği bakımından oldukça zengindir. Ekşi ve Artık (1984) tarafından pestil örneklerinin mineral içeriğini belirlemek amacıyla yapılan bir araştırmada; en yüksek demir (46 mg/kg) ve potasyum miktarları (51.2 g/kg) kayısı pestilinde, fosfor miktarı (1099 mg/kg) üzüm pestilinde ve kalsiyum miktarı (3228 mg/kg) erik pestilinde tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada pestil örneklerinin kuru madde içeriğinin %80.05-88.7 arasında değiştiği, toplam asitlik değerinin (%6.2), toplam kül (%3.5) ve ham yağ (%2.6) oranı açısından en yüksek içeriğe sahip pestilin kayısı pestili olduğu belirlenmiştir.

Pestil ve kömenin besin değeri, üretim sırasında kullanılan bal, süt, dut, ceviz ve fıncığın kalitesine de bağlıdır. Potasyum, kalsiyum ve demir miktarı yüksek olan pestilin üretildiği meyveye bağlı olarak A, B₁, B₂, B₆, E ve C vitaminlerini de içerdiği bilinmektedir. Pestilin nem kaybına bağlı olarak esnekliğin azalması raf ömrünü kısıtlayan en önemli etkidir. Bu nedenle muhafaza sırasında ürünün kalitesinin korunması için ambalajın nem geçirgenliğine dikkat edilmesi gerekmektedir (Türkmen vd., 2010). Özellikle K, Ca, S, P, Mg, Cu, Zn ve Mn gibi mineraller açısından oldukça zengin olan pestil biyolojik değeri yüksek proteinleri de içermektedir. Ayrıca suda eriyen vitaminler ile B grubu vitaminler de bileşiminde yer almaktadır. Bu yüzden vücut doku ve hücrelerinin yenilenmesi, su dengesinin korunması, hormon ve enzim üretimi ile bağışıklık sisteminin güçlendirilmesinde olumlu etkileri bulunmaktadır (Özbek, 2010).

Pestilin bileşiminin %85'ini oluşturan kuru maddenin büyük bir oranını şeker oluşturur. Bu nedenle pestil, enerji gereksinimi fazla olan insanlara (zayıf olanlara, sporculara, gebelere, ağır işte çalışan işçilere) önerilebilecek besleyici değeri yüksek bir yiyecektir. Ayrıca dengesiz beslenmeye neden olan şekerleme, çikolata, cips ve bisküvi gibi hazır ürünler yerine pestil ve köme gibi doğal yöresel ürünlerin tercih edilmesi önerilmektedir (Kalkışım ve Özdemir, 2012).

3.SONUÇ ve ÖNERİLER

Yiyecek ve içecekler bir millete ait kültürün vazgeçilmez öğelerindedir. Yöresel yiyecek ve içecekler ise bölgelerin sahip olduğu ekolojik şartlara bağlı olarak sosyokültürel çevrenin karşılıklı etkileşimleri sonucunda oluştuğu için toplumların kendine özgü geleneksel beslenme kültürünü yansıtmaktadır. Yöresel ürünlerin bölge ve ülke için sağladığı katma değerinin oldukça önemli olduğu bilinmektedir. Bir yörenin turizm destinasyonu olabilmesi için yiyecek ve içecek kültürünün ön plana çıkması ve önemli yöresel ürünlerinin gastronomi turizmi açısından sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekir.

Turistler çeşitli sebepler ile seyahat ettikleri destinasyonlarda bulunan yöresel yiyecekleri ve yerel ürünleri tatmakta ve satın almaktadır. Bu sayede destinasyonun niteliği artmakta ve bölgesel kalkınmaya destek olarak yeni fırsatlar ortaya çıkmaktadır. Pestil ve köme Gümüşhane yöresine özgü olarak tanınmakta ve destinasyon nedeni olarak etkili olabilmektedir. Bölgesel kalkınmada da etkili olabileceği düşünülen bu ürünlerin tanıtımının etkili bir şekilde yapılması önemlidir.

Geleneksel olarak küçük işletme boyutunda yapılmaya başlanan ve günümüzde modern işletmelerde de üretilen pestil ve köme hakkında yeterli çalışma bulunmaması, geleneksel ürünlerin gerektiği şekilde tanınmalarını da güçleştirmektedir. Bu nedenle yöresel ürünlerin üretim koşullarının iyileştirilmesi ve optimize edilmesi, mevcut işletmelerin modernleştirilmesi veya modern işletmelerin kurularak denetim mekanizmasının sağlıklı bir şekilde oluşturulması gereklidir.

Pestil ve köme gibi yöresel gıdaların gelecek nesillere özüne bağlı kalarak üretiminin yapılarak aktarılması ise sürdürülebilirlik açısından önemlidir. Bunu sağlamak amacıyla yöresel ürünlerin bileşim ve kalite farklılıklarının ortadan kaldırılması, sağlıklı ve hijyenik ortamlarda üretimlerinin yapılması ve ürünlere standardizasyon kazandırılabilmesi gereklidir. Pestil ve köme gibi yöresel ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması için bazı öneriler aşağıda sıralanmaktadır:

- Bu ürünlerin üretimini yapan üreticilerin üretimi doğru bir şekilde yapması sağlanmalıdır. Ayrıca yöreye gelen yerli ve yabancı turistlere ürünlerin yapım aşamalarını görmeleri için imkân sağlanmalıdır.
- Pestil ve kömenin sağlık açısından olumlu yönleri ön plana çıkarılarak tüketimi teşvik edilmelidir.
- İlgili kurum veya kuruluşlar tarafından bu ürünlere özgü tanıtıcı reklam, afiş, el kitabı broşür, CD vb. materyaller hazırlanmalıdır.
- Gelen turistlere hediyelik olarak hazırlanabilecek yöresel ürünler turistlerin gittikleri ülkelerde o ürünün tanıtımına katkı sağlayabilecektir.
- Yörede bulunan kamu ve özel sektör işbirliği ile bölgeye özgü yiyecek ve içeceklerle ilişkin festival ve şenlik gibi etkinlikler organize edilmelidir.
- Turistlerin konakladıkları işletmeler ile yörede bulunan diğer yiyecek içecek işletmelerinde yöresel ürünler ikram edilerek tanıtıma katkı sağlanmalıdır.
- Yörede yaşayan gençlere çeşitli eğitim kurumları tarafından yöresel ürünlerin yapımı hakkında kurslar verilmesi geleneksel mutfak kültürünün gençler tarafından unutulmasını engelleyebilecektir.

Bu önerilerin dikkate alınması halinde; yöresel ürünlerin gastronomi turizmi açısından çekicilik unsuru görevini üstlenerek, bölge ve ülke ekonomisine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyüz, A. M., Kara, Ö. (2016). Gümüşhane Örneğinde Pestil ve Köme Markalarının Algısal Konumlarının Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi ile Belirlenmesi. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 7 (16); ss:133-157.
- Anlı, R. E. (2006). *Bağlar Güzeli: Üzüm ve Üzüm Kültürü (1)*, Özpalabıyıklar S. (Edt), Yapı Kredi Kültür ve Sanat Yayıncılık Ticaret ve Sanayi A.Ş., İstanbul.
- Anonim, (2017a). <https://balkarli.com/urun-19-pikolali-kome>. Erişim Tarihi: 31/10/2017.
- Batu, A., Kaya, C., Çatak, J., Şahin, C. (2007). Pestil Üretim Tekniği. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*, 1; ss:71-81.
- Bezirgan, M., Koç, F. (2014). Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği. *Journal of International Social Research*, 7 (34); ss:917-928.
- Cayot, N. (2007). Sensory Quality of Traditional Foods. *Food Chemistry*, 102 (2); ss:445-453.
- Çakır, Ş. (2009). Keçiboynuzundan Pestil Üretimi ve Kalitesinin Belirlenmesi. İnönü Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. Malatya.
- Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 1 (2); ss:39-51.

- Çapar, G., Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*. 4/Special issue 1; 100-115.
- Demir, F., Kalyoncu, I. H. (2003). Some Nutritional, Pomological and Physical Properties of *Cornelian Cherry (Cornus Mas L.)*. *Journal of Food Engineering*, 60 (3); ss:335-341.
- Demirbaş, N., Oktay, D., Tosun, D. (2006). AB Sürecindeki Türkiye’de Gıda Güvenliği Açısından Geleneksel Gıdaların Üretim ve Pazarlaması. *Harran Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi*, 10 (3-4); ss:47-55.
- Dorant, S., Leonhauser, I. U. (2004). Affektionsinteresse Und Verbraucherverhalten In Bezug Auf Regionale Produkte. S. Harauhn Ve S. Heselhaus (Der.), Staatliche Förderung Für Regionale Produkte, (s. 93-106), Tübingen: Mohr Siebeck Verlag.
- Ekşi, A. ve Artık, N. (1984). Pestil İşleme Tekniği ve Kimyasal Bileşimi. *Gıda Teknolojisi Derneği Yayın Organı*, 9 (5); ss:263-266.
- Erdoğan, A., Gürses, M., Sert, S. (2003). Erzurum’da Satışa Sunulan Köme (Cevizli Pestil Sucuğu) ve Kuru İncirlerin Aflatoksin İçeriklerinin Saptanması. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 34 (1); ss:85-88.
- Gümüşhane Ticaret ve Sanayi Odası, (2017). <http://www.Gumushanetso.Tobb.Org.Tr>. (Erişim Tarihi: 25/07/2017).
- İrkin, H. (2013). Gümüşhane’de Pestil Köme Sektörünün Analizi. <http://www.haberler.com/gumushane-de-pestil-kome-sektorunun-analizi-4216795-haberi>. (Erişim Tarihi: 06.06.2017).
- Kalkışım, Ö., Özdemir, M. (2012). *Pestil ve Köme Teknolojisi*. Gümüşhane Yayınları, Gümüşhane.
- Karadeniz, T., Şişman, T. (2003). Beyaz ve Karadutun Meyve Özellikleri ve Çelikle Çoğaltılması. Ulusal Kivi ve Üzüm Sü Meyveler Sempozyumu, 23-25 Ekim. ss:428-432.
- Kaya, S., Maskan, A. (2004). Üzümünden Elde Edilen Pestil ve Sucuk Yapım Yöntemleri ve Saklama Koşulları. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, N. Coksöyler, Ed. Gıda Müh. Odası, Ankara, ss:373-375.
- Kaya, O. (2015). Yöresel Yiyecekler, Turizm ve Sürdürülebilirlik. Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiri Kitabı. 14-16 Mayıs. ss:636-644. Gümüşhane.
- Kazan, H. Oktay, F., Rençber F. (2010). Yerel Üretimlerin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Örnek Bir Uygulama,1. International Davras Congress, 29-31 Mayıs 2009, ss:630-643. Isparta, Türkiye.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü. *K.Ü. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23); ss:33-37.
- Koca, İ. (2014). Pekmezden Üretilen Çerezlerin Bazı Fiziksel ve Kimyasal Özellikleri. *Gıda Teknolojileri Elektronik Dergisi*. 9 (1); 36-39.
- Lee, K. H. (2014). The Importance of Food in Vacation Decision-Making: Involvement, Lifestyles and Destination Activity Preferences of International Slow Food Members. Queensland Üniversitesi, Avustralya.
- Lopez, X. A. A., Martin, B. G. (2006). Tourism and Quality Agrofood Products: An Opportunity for the Spanish Countryside. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 97 (2); 166-177.
- Marzella, D. A. (2008). Culinary Tourism: Does Your Destination Have Potential? Travel Marketing Decisions, <http://www.Atme.Org/Pubs/Uploads/Tmdwinter2008culinarytourism.Pdf> (Erişim Tarihi: 25.07.2017).
- Maskan, A. (2001). Use of Pestil as an Edible Film and Coating. Gaziantep Üniversitesi, Gıda Mühendisliği Ana Bilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- Nas, S., Nas, M. (1987). Pekmez ve Pestilin Yapılışı, Bileşimi ve Önemi. *Gıda*, 12 (6); ss:347-352.
- Özbek, A. (2010). Gümüşhane İlinde Pestil ve Köme Üretim ve Ticaretinin Ekonomik Analizi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi. İktisat Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi, Tokat.
- Özer, E. A., Yağmur, C. (2004). Pestilin Bileşimi, Beslenmemizdeki Yeri ve Önemi. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, N. Coksöyler, Ed. Gıda Müh. Odası, Ankara, ss:40-44.
- Pearce, J. (2002). *Civil Society and Development: A Critical Exploration*. Lynne Rienner Publishers.

- Schneider, G. K., Ceritoğlu, A. B. (2010). Yöresel Ürün İmajının Tüketici Satın alma Davranışı ve Yüksek Fiyat Ödeme Eğilimi Üzerindeki Etkisi: İstanbul İlinde Bir Uygulama. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, ss:29-52.
- Tan, E. (2009). Türkiye Geleneksel Gıda Ürünleri Projesi, Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, ss:27-29 Mayıs 2009, Van.
- Topçu, C. (2017). <https://Prezi.Com/DjIzm2evhl2k/Pestil-Ve-Kome-Uretimi/>. (Erişim Tarihi: 25/07/2017).
- Türk Dil Kurumu, (2017). http://www.Tdk.Gov.Tr/Index.Php?Option=Com_Ttas&View=Ttas&Kategori1=Derlay&Kelimel1=K%C3%B6me. (Erişim Tarihi: 25/07/2017).
- Türkmen, İ., Uncu Kırtış, E. B., Ekşi, A. (2010). Pestil için Kalite Geliştirme Alternatifleri. 1.Uluslararası Adriyatik'ten Kafkaslar'a Geleneksel Gıdalar Sempzyumu, 15- 17 Nisan 2010, Tekirdağ.
- Türk Patent Enstitüsü, (2017). <http://www.turkpatent.gov.tr/TurkPatent/geographicalRegisteredList/>(Erişim Tarihi: 08/08/2017).
- Yıldırım, İ., Koyuncu, İ. (2009). Geleneksel Gıdalarımızdan Pestil'in Bileşimi ve Üretimi. II. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu, Van, ss:363-366.
- Yıldız, O. (2013). Physicochemical and Sensory Properties of Mulberry Products: Gümüşhane Pestil and Köme. *Turkish Journal of Agriculture and Forestry*, 37; ss:762-771.

LEVEL OF CONTRIBUTION BY THE NATURE TOURISM MASTER PLANS TO THE DEVELOPMENT OF NATURE TOURISM

Asst. Prof. Dr. H. Batuhan GÜNŞEN
Bartın University, Faculty of Forestry, hgunsen@bartin.edu.tr

Prof. Dr. Erdoğan ATMİŞ
Bartın University, Faculty of Forestry

Abstract

Sun-sea-sand triad based mass tourism played a significant part in the rapid growth of tourism sector after 1950s. Nevertheless, many environmental problems emerged, which resulted from the mass tourism. On one hand, these environmental problems, and on the other hand, the changing expectations of the people regarding the tourism caused more environmentally conscious types of tourism to emerge. One of them is the nature tourism, which serves for rural development.

Conservation areas such as national parks, natural parks, wild life development areas, biosphere reserve areas is characterized by the focal point of the nature tourism activities due to the history, natural and cultural values they contain. General Directorate of Nature Conservation and National Parks, which is in charge of managing these areas, and the Ministry of Forestry and Water Affairs started to prepare separate nature tourism master plans for each province in 2012. Within this period, "Nature Tourism Master Plans" of 81 provinces were prepared to include the period 2013 - 2023 in majority and put into practice with the purpose of "introducing the rural areas, village culture to the tourism, generating an income from this and thus developing the country's tourism as well as enhancing conservation of natural areas".

In this study, which is conducted for the purpose of determining the level of contribution by the nature tourism master plans to the improvement of nature tourism; nature tourism master plans for 15 provinces (Ankara, Antalya, Artvin, Balıkesir, Bartın, Bolu, Bursa, İzmir, Kastamonu, Kırklareli, Muğla, Nevşehir, Rize, Tunceli, Şanlıurfa) included in the prominent provinces of nature tourism per documentation were compared to each other and analyzed quantitatively and qualitatively. Drawing on the data obtained, master plans' similarities and differences, means of approach, levels of competency and applicability were attempted to be defined.

Keywords: Conservation area, Planning, Recreation, Management

DOĞA TURİZMİ MASTER PLANLARININ DOĞA TURİZMİNİN GELİŞTİRİLMESİNDEKİ KATKI DÜZEYİ

Özet

Turizm sektörünün 1950'li yıllardan sonra hızlı bir şekilde büyümesinde güneş-deniz-kum üçlüsüne dayanan kitle turizminin önemli rolü olmuştur. Ancak bununla birlikte kitle turizminden kaynaklanan birçok çevre sorunu da ortaya çıkmıştır. Bir yandan yaşanan bu çevre sorunları, diğer yandan ise insanların turizm konusundaki değişen beklentileri, çevreye daha duyarlı turizm türlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bunlardan biri de, kırsal kalkınmaya da hizmet eden doğa turizmidir.

Milli parklar, tabiat parkları, yaban hayatını geliştirme sahaları, biyosfer rezerv alanları gibi korunan alanlar barındırdıkları tarihi, doğal ve kültürel değerlerden dolayı doğa turizmi etkinliklerinin odağı niteliğindedir. Bu alanları yönetmekle sorumlu olan Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü'yle, bağlı olduğu Orman ve Su İşleri Bakanlığı, 2012 yılında her il için ayrı ayrı doğa turizmi master planları hazırlamaya başlamıştır. Bu süreçte 81 ilin "Doğa Turizmi Master Planı", çoğunluğu 2013 – 2023 dönemini kapsayacak şekilde hazırlanmış ve "Kırsal alanların, köy kültürünün turizmle tanışması, bundan gelir elde etmesi ve dolayısıyla ülke turizminin geliştirilmesinin yanında doğal alanların korunması etkinliğinin artırılması" amacıyla uygulamaya konmuştur.

Doğa turizmi master planlarının, doğa turizminin geliştirilmesindeki katkı düzeyini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada; bölgelere göre doğa turizm konusunda öne çıkan iller içinde yer alan 15 ilin (Ankara, Antalya, Artvin, Balıkesir, Bartın, Bolu, Bursa, İzmir, Kastamonu, Kırklareli, Muğla, Nevşehir, Rize, Tunceli, Şanlıurfa) doğa turizmi master planları, birbirleriyle karşılaştırılarak niceliksel ve niteliksel olarak analiz edilmiştir. Elde edilen verilerden yararlanarak; planların birbirine benzerlikleri ve farklılıkları, konuya yaklaşım şekilleri, yeterlilik düzeyleri ve uygulanabilirlikleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Korunan alan, Planlama, Rekreasyon, Yönetim

1. INTRODUCTION

Tourism industry is one of the most rapidly growing economic sectors in the world. The fact that tourism activities have direct and indirect connection to many economic activities, and that these areas of activity have the capacity to be able to make significant contributions to the economic development further increase the significance of the sector (Ayaş, 2007). On the other hand, tourism plays an important role particularly in foreign exchange inflow. According to data from World Tourism Organization, approximately 1.2 billion persons traveled for touristic purposes in 2015 and spent a total of 1260 billion US dollars where they traveled (UNWTO, 2016). Sun-sea-sand triad based mass tourism played a significant part in the rapid growth of tourism sector after 1950s (Erdoğan, 2003).

Developing countries including Turkey created and applied policies promoting the mass tourism from 1960s. Government promotions for the mass tourism, which is included also into the development plans for Turkey, are concentrated on the coastal parts of Mediterranean and Aegean regions. Upon acceptance of tourism sector as the primary sector for the development of the country at early 1980s, mass tourism started to be promoted a lot more. Therefore, this led to increase in number of tourists, and increase of dominance of hotel chains in the relevant regions through popularization of all-inclusive system. Negative economic and environmental effects of the mass tourism started to become apparent as of 1990s (Soyak, 2013).

Atik et al. (2006) established that Olympos-Beydağları National Park in Antalya have been reduced by half in area due to economic and political pressures, lack of planning, strategy and applications resulting from the mass tourism, areas excluded from national parks have been declared as tourism development area, and thus a transition from forest and agricultural lands to tourism and settlement areas has occurred. Besides, it was revealed that transition in forest lands caused loss of ecologically significant areas in the coastal area while transition in agricultural lands caused local people to abandon the conventional land uses and offer agricultural areas to tourism. Atmiş and Artar (2013) also emphasize that boundaries of the conservation areas were either narrowed down or changed in the past 20 years and particularly tourism related settlements increased in these areas.

On one hand, environmental problems, and on the other hand, the changing expectations of the people regarding the tourism and conservation areas caused more environmentally conscious types of tourism to emerge. One of them is the nature tourism, which also serves for rural development and draws more attention day by day.

Conservation areas such as national parks, natural parks, wild life development areas, biosphere reserve areas is characterized by the focal point of the nature tourism activities due to the history, natural and cultural values they contain. Therefore, Korkmaz (2001) also mention that inclusion of forest resources, which cover a significant part of conservation areas in Turkey, into tourism planning is of vital importance.

General Directorate of Nature Conservation and National Parks, which is in charge of managing conservation areas, and the Ministry of Forestry and Water Affairs also started to prepare separate nature tourism master plans for each province in 2012. Thus, "Nature Tourism Master Plan" of 81 provinces were prepared to include the period 2013 - 2023 in majority and put into practice.

Whether these prepared plans are going to develop the nature tourism in conservation areas is a mystery. It is suspected that these plans are imitations (copy-paste version) of a single model. Therefore, these plans need to be question both quantitatively and qualitatively. The purpose of this study is to question whether nature tourism master plans are going to have an impact on development of nature tourism activities conducted in the provinces.

2. MATERIAL AND METHOD

A Nature Tourism Master Plan started to be prepared for each province in the Turkey in 2012 within the bodies Ministry of Forestry and Water Affairs and General Directorate of Nature Conservation and National Parks. Plans which include the period 2013 - 2023 in majority were prepared by the personnel of regional directorates and provincial branch offices of the relevant ministry. First of all,

plans include theoretical information on natural areas, sustainable development, rural development, sustainable nature tourism and various related analyses. Subsequently, information and swot analyses on the general characteristics of the province, conservation areas and other areas available for nature tourism, types of nature tourism utilized in the province, nature tourism strategies and action plans developed for the province are included.

Nature tourism master plans for the provinces selected for this study were downloaded digitally from the official web pages of 15 regional directorates of the ministry, which constitute the field organization of the Ministry of Forestry and Water Affairs (DKMP, 2017). In the study, nature tourism master plans for 15 provinces (Ankara, Antalya, Artvin, Balıkesir, Bartın, Bolu, Bursa, İzmir, Kastamonu, Kırklareli, Muğla, Nevşehir, Rize, Tunceli, Şanlıurfa) included in the prominent provinces of nature tourism per documentation were taken as samples (Table 1: Figure 1).

Table 1: Selected Natural Tourism Master Plans for Sample.

Plan	Period	Regional Directorate
Kırklareli Nature Tourism Master Plan	2013-2023	I. Regional Directorate – İstanbul
Bursa Nature Tourism Action Plan	2013-2017	II. Regional Directorate – Bursa
Balıkesir Nature Tourism Master Plan	2013-2023	II. Regional Directorate – Bursa
Şanlıurfa Nature Tourism Master Plan	2016-2019	III. Regional Directorate – Şanlıurfa
İzmir Nature Tourism Master Plan	2013-2023	IV. Regional Directorate – Manisa
Muğla Nature Tourism Master Plan	2013-2023	IV. Regional Directorate – Manisa
Antalya Nature Tourism Master Plan	2013-2023	VI. Regional Directorate – Burdur
Nature Tourism Action Plan for Diversification of Nevşehir' Tourism	2013-2023	VIII. Regional Directorate – Konya
Ankara Nature Tourism Master Plan	2016-2019	IX. Regional Directorate – Ankara
Bolu Nature Tourism Master Plan	2016-2019	IX. Regional Directorate – Ankara
Bartın Nature Tourism Master Plan	2013-2023	X. Regional Directorate – Sinop
Kastamonu Nature Tourism Master Plan	2013-2023	X. Regional Directorate – Sinop
Artvin Nature Tourism Master Plan	2013-2023	XII. Regional Directorate – Rize
Rize Nature Tourism Master Plan	2014-2023	XII. Regional Directorate – Rize
Tunceli Nature Tourism Master Plan	2013-2023	XV. Regional Directorate – Malatya

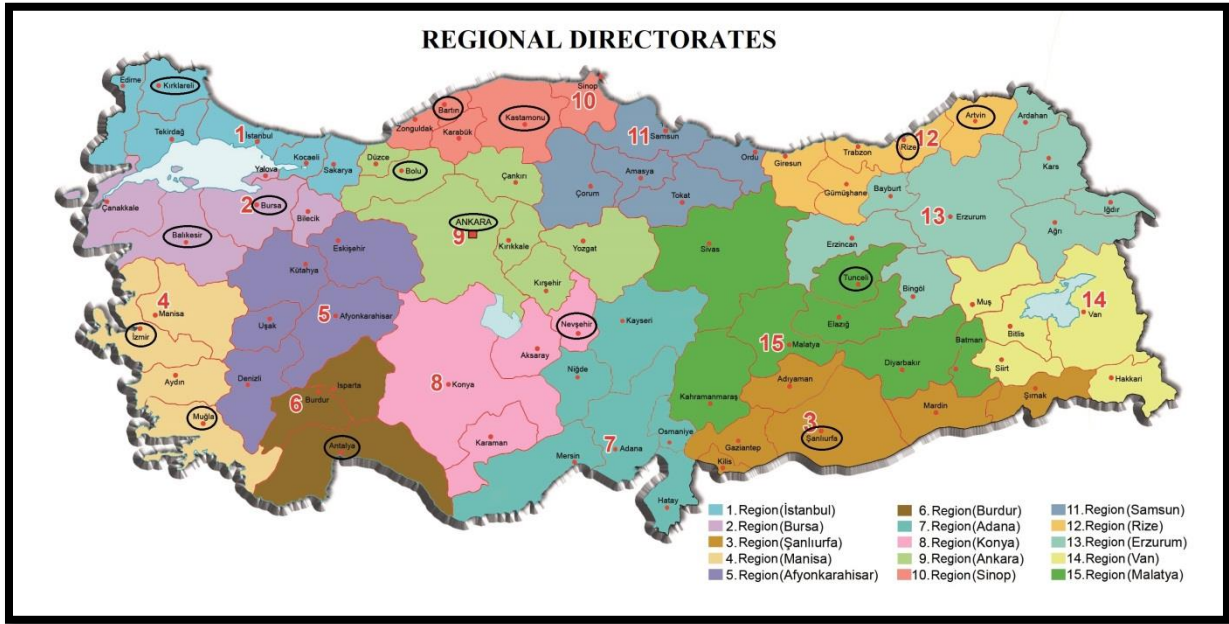


Figure 1: Republic of Turkey Ministry of Forestry and Water Affairs Regional Directorates and Sample Provinces (DKMP, 2017).

Master plans for 15 provinces were examined via “Document Review” technique. Collecting data by examining existing records and documents is called document scanning. Document scanning involves the actions of finding, reading resources, taking notes and evaluating them for a specific purpose. Document scanning is an indispensable data collection technique for almost any researcher (Karasar, 2014). Plans were compared to each other and evaluated in two stages, quantitatively and qualitatively.

During quantitative evaluation of the plans, initially the words related to the subject of research were determined and then plans were subjected to content analysis, which is a type of document scanning, within the framework of these words. Content analysis is used intensely in many disciplines such as politics, sociology, psychology, communication and literature. Content analysis is a method that analyzes the contents of a text within the framework of certain rules. Its main purpose is to determine and evaluate the common information that has importance in terms of research question within the bulk of texts which is high in number. With the content analysis, information that has importance is selected from the contents of the texts, categorized, coded and interpreted in line with the research question (Türkdoğan and Gökçe, 2012).

During qualitative evaluation, concepts related to the subject in each plan were questioned, contents of the plans (titles, authenticity) and type of dictation were evaluated and prominent activities were revealed. Therefore, master plans’ similarities and differences, means of approach, levels of competency and applicability were attempted to be defined. Plans for Antalya and Şanlıurfa could not be compared with the plans for other 13 provinces as their general structures and contents are quite different from the plans for other provinces.

3. FINDINGS AND DISCUSSION

3.1. Quantitative Evaluation

For quantitative evaluation, 35 words were identified by considering the topics of conservation areas, forestry, nature tourism and sustainability, and how frequently these words appeared in the nature tourism master plans for the provinces were researched (Table 2). These words in total were referred the most in the Nature Tourism Master Plan for Muğla (1735), and the least in the Nature Tourism Master Plan for Antalya (262). The fact that total number of selected words in the plan for Antalya is

quite less than the average number of selected words (1074) might be alleged to result from the missing parts in this plan or the fact that it was not prepared in detail.

Considering all the plans examined, three of the most frequently used words are respectively nature (4371), eco-tourism/nature tourism (2471) and forest (1651). When an evaluation of plans is made, the word “nature” is used most in the Nature Tourism Master Plan for Kastamonu, the word “eco-tourism/nature tourism” in the Nature Tourism Master Plan for Bursa, and the word “forest” in the Nature Tourism Master Plan for Bartın (Table 2).

Although nature tourism in general is a type of tourism that contributes to the conservation of natural areas as well as the rural development, it is quite worrisome that almost no reference to “sustainable forestry”, “protection forest”, “forest villages”, “forestry cooperative” and “forest villager” is made in these plans (Table 2).

Even though they have the same meaning, it is observed that the word “doğa” (nature) is used mainly in the plans for certain provinces while the word “tabiat” (nature) is used mainly in the plans for certain provinces (Table 2). For instance, the word “tabiat” (nature) is used to a great extent in the plans for Ankara and Bolu while the word “doğa” (nature) is used mainly in the plans for provinces such as Bartın, Bursa, Kastamonu and Kırklareli. It is understood that use of the word “tabiat” (nature) instead of “doğa” (nature) and the word “şehir” (city) instead of “kent” (urban), which have Arabic and Persian origins etymologically (TDK, 2017), by the senior management of the Ministry of Forestry and Water Affairs in particular during their conversations and correspondences had an impact on preparation of the plans.

On the other hand, it quite worrisome that the issues of “biodiversity” and “nature conservation” were almost never mentioned while tourism is mentioned quite a lot in these plans, where a correlation between the conservation areas and nature tourism is intended to be established. Because, primarily the topics such as nature conservation and biological diversity take the center stage for the conservation areas in Turkey, as indicated in the regulations (e.g. National Parks Law No. 2873).

Table 2: Quantitative Evaluation of Province Tourism Master Plans.

Selected words	Ankara	Antalya	Artvin	Balıkesir	Bartın	Bolu	Bursa	İzmir	Kastamonu	Kırklareli	Muğla	Neşehir	Rize	Tunceli	Şanlıurfa	Total
Doğa (nature)	31	101	202	278	459	5	474	373	513	321	411	291	265	455	192	4371
Tabiat (nature)	276	7	38	33	66	324	38	103	97	51	243	34	19	30	246	1605
Natural Resources	1	2	17	9	19	16	18	16	24	16	21	10	13	15	4	201
Ecology/Ecological	49	16	30	43	44	27	27	56	54	58	65	29	28	40	20	586
Ecosystem	23	2	5	5	24	7	7	11	35	31	16	4	9	2	5	186
Endemic	14	6	12	14	6	19	11	10	11	19	24	4	15	19	7	191
Habitat	8	2	2	1	4	5	6	4	5	24	5	2	1	5	2	76
Sustainable development	12	5	12	12	17	12	11	11	17	13	11	11	12	12	1	169
Rural development	11	0	10	20	36	10	16	16	36	15	13	10	16	10	1	220
Ecotourism/Nature tourism	85	61	68	115	181	14	540	186	170	125	183	155	120	181	287	2471
Sustainable tourism	14	14	10	9	13	9	14	9	16	9	9	9	12	9	13	169

Basin	4	5	13	1	3	1	7	2	1	16	4	2	1	6	6	72
Green area	4	0	0	3	0	0	0	1	0	1	0	5	0	0	0	14
Botanic	13	6	5	13	8	1	5	8	8	11	12	3	4	6	21	124
Botanic garden/Arboretum	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Wild life	68	5	44	31	32	57	23	86	45	75	83	23	24	39	71	706
Biodiversity	7	2	10	4	15	7	28	11	20	9	11	5	9	4	7	149
Nature Conservation	10	3	6	8	18	6	12	15	22	11	11	8	7	6	12	155
Protected area	47	0	34	36	34	41	64	63	42	45	79	29	28	38	37	617
National park	87	13	24	67	108	31	52	19	138	39	73	78	42	41	53	865
Nature park	62	6	8	18	27	82	11	78	56	17	155	5	5	7	33	570
Nature protected area	2	0	8	0	2	2	3	0	1	17	28	3	0	2	7	75
Nature manumnt	4	0	2	0	6	0	3	12	5	2	18	3	2	3	13	73
Protect Forest	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Forest	201	3	121	69	247	123	101	77	115	197	115	83	66	51	82	1651
Forest Villager/Village	0	0	2	0	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	7
Forest products/services	0	0	1	2	0	1	1	0	0	3	0	2	0	0	0	10
Forestry cooperatives	1	0	2	1	2	1	2	8	1	1	8	2	2	2	0	33
Forestry	10	1	8	4	4	3	5	3	8	5	3	3	4	6	8	75
Sustainable forestry	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	13
Sustainable forest management	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recreation area	3	0	0	0	1	0	2	66	1	51	29	19	1	10	10	193
Recreation	23	0	2	2	4	7	8	9	18	9	15	2	2	11	14	126
Ramsar wetlands	3	0	0	7	0	0	8	6	0	4	0	4	0	0	5	37
	10	2	2	21	6	9	19	33	8	41	89	9	9	7	40	305
Total	1084	262	699	827	1387	822	1518	1295	1468	1237	1735	848	717	1018	1198	

3.2. Qualitative Evaluation

Nature tourism master plans for sample provinces were attempted to be evaluated qualitatively under the titles of; reasons and purposes of preparation, general structures, participation, authenticity, conservation areas and nature tourism, strategies and action plans developed, planning errors and deficiencies.

3.2.1 Reason for Preparation of Plans and Their Purposes

Planning of the conservation areas in Turkey is conducted within the scope of the Regulation on Plans for Conservation Areas, which entered into force upon publishing in the Official Gazette no. 28242 on 23.03.2012 (Rega, 2012). However, there is not any legal basis for sustainable nature tourism development (master) plans that started to be prepared for all the provinces in Turkey in 2012. When sample plans are examined, it is observed in certain plans that the Minister of Forestry and Water Affairs gave verbal orders for planning during the visits to the provinces in 2012.

Of the sample plans, Ankara, Bolu and Şanlıurfa was prepared for 2016-2019, Bursa for 2013-2017, Rize for 2014-2023 and the remaining 10 provinces for 2013-2023.

There is not any reference to the purpose of preparation of the plan at all in the nature tourism master plans for Ankara, Antalya, Bolu and Şanlıurfa while the purpose of preparation was indicated in detail for the nature tourism master plans for other provinces. When these purposes are examined, six different purposes appear. These are mentioned briefly below:

Purposes included in the plans for Artvin, Rize, İzmir, Muğla and Kırklareli are exactly the same and as follows: “...the purpose of this study is to ensure development of the nature tourism by planning natural resource values with the principles of sustainability, participation and environmental consciousness by considering today’s and future needs in the province of X, which has a rich potential for nature tourism with its natural beauties, history and touristic structure.”. Setting same objectives for provinces which are in different geographies in Turkey is the most obvious indicator of the fact that this objective was prepared and used as a template. Therefore, it is not possible to say that purposes of the plans for these five provinces are authentic at all.

Main objective of preparing plans for Bartın and Kastamonu is the same and as follows: “introducing rural areas, plateaus, village culture to the tourism, monetizing it and thus developing the tourism in our country as well as enhancing the activity of natural area conservation”. This common purpose applies not only to the plans for Bartın and Kastamonu but also the plans for all the provinces covered by the Regional Directorate 10 of the Ministry.

The purpose of preparation of Tunceli Nature Tourism Master Plan is revealed as: “determining nature tourism inventory and potential of the province, defining the measures required to be taken for activating and developing them efficiently in the next decade”.

While the primary purpose in the plan for Balıkesir is mentioned as “defining the areas with Nature Tourism potential” throughout the province, it is defined as “taking nature tourism-eco-tourism activities performed in Bursa under control, protecting natural beauties and making a contribution to the promotion”.

The plan with the most authentic and detailed purpose belongs to Nevşehir. The purpose of provincial plan is as follows: “With this study, it is aimed that a document is prepared for defining, promoting and marketing alternative tour routes to allow for tourist accommodation in Nevşehir. With this study to be prepared, it is aimed that contribution is made for increasing the tourism income of Nevşehir by performing research activities for capacity development in tourism areas of strategic importance in consolidation of Nevşehir economy.” Needless to say, achieving this objective is not possible with this study only. Specific objective intended to be achieved by the project is “to perform research activities in the eco-tourism area of strategic importance for increasing the tourism income and diversifying tourism in Nevşehir, prepare action plan and maps.”

3.2.2 Contents of the Plans (General Structure)

Excluding Antalya and Şanlıurfa, nature tourism master plans for all the other sample provinces were prepared in the same form in structure. Accordingly, plans consist of seven main sections (Table 3).

First two sections and a significant part of the third section have theoretical information on topics such as natural areas, sustainable tourism, nature tourism, resource analysis, defining bearing capacity and analysis of interest group. Final part of the third section addresses the history of the related province,

fourth section addresses types of nature tourism available in the related province, conservation areas with the potential of having nature tourism and the swot analyses made for these areas, fifth section addresses analyses for development of the potential of the areas which are recognized to be important for nature tourism in provinces and brief evaluation of the districts via “comparison” method. While sixth section of the plans includes the strategies developed for developing, marketing sustainable tourism in related provinces, visitor management and tracking/evaluation, seventh section addresses capacity development, creation of physical infrastructure, inventory-product creation, product diversification and development-certification-promotion and marketing in relation to the sustainable tourism in the provinces has an action plan for tracking and evaluation (Table 3).

Table 3: General Structure of Plans.

1. INTRODUCTION
 - 1.1 Natural Areas, Traditional Life of Local People, Rural Development, Sustainable Tourism Alternative and Sustainable Nature Tourism in ...
 - 1.2 Natural Areas and Sustainable Development
 - 1.3 Sustainable Nature Tourism
 - 1.4 Development Strategy of Sustainable Nature
2. STUDIES RELATED DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE NATURE TOURISM
 - 2.1 Source Analysis
 - 2.2 Tourism Potential
 - 2.3 Carrying Capacity
3. STAKEHOLDER ANALYSIS AND CREATION OF LOCAL ORGANIZATION
 - 3.1 Stakeholder
 - 3.2 Stakeholder Categories
 - 3.3 Stakeholder Analysis
 - 3.4 Community Based Approach
 - 3.5 Creation Of Local Organization
 - 3.6 History of Province
 - 3.7 General Characteristic of Province
 - 3.8 Community of Interest and Stakeholder Analysis
4. NATURE TOURISM SUPPLY IN PROVINCE
 - 4.1 Nature Tourism Values in Provinces
 - 4.2 Areas With Protection Status for Nature Tourism in Province
 - 4.3 Nature Tourism Values in Provinces and Recognition Evaluation
 - 4.4 Distinguished Other Areas
 - 4.5 Variation of Nature Tourism in Province
 - 4.6 Matrix of Nature Tourism Values of Districts and Province
5. EVALUATION OF HIGH VALUE AREAS AND ANALYSIS ABOUT DEVELOPMENT OF THESE AREAS' POTENTIAL
6. SUSTAINABLE NATURE TOURISM STRATEGIES OF PROVINCES
 - 6.1 Development Strategies
 - 6.2 Marketing Strategies
 - 6.3 Visitor Management Strategies
 - 6.4 Monitoring and Evaluation Strategies
7. ACTION PLAN

It is possible to evaluate the structure of nature tourism master plans for Antalya and Şanlıurfa as follows:

Antalya is one of the most prominent provinces in Turkey, harboring many assets within its boundaries for both mass tourism and nature tourism. In this respect, the nature tourism master plan for the province must be prepared extensively and completely while it is the plan with the minimum content among the 15 plans taken as samples for this study. Plan has sections such as general characteristics of Antalya, the concept of eco-tourism, planning approach and method, eco-tourism

status analysis for Antalya, worldwide eco-tourism and application examples, eco-tourism applications in Turkey, tourism potential of Antalya, result and recommendations, eco-tourism issues in the world and Turkey. No correlation was established between these sections.

Nature Tourism Master Plan for Şanlıurfa consists of four main sections. When “Contents” part of the plan is examined, first main section is observed to have titles of “General Framework”, “Purpose”, “Method” and “Content”. Second main section, titled General Information, provides detailed theoretical information on nature tourism as well as the developments and applications in the world and Turkey after addressing the general characteristics of Şanlıurfa. Third main section explains why nature tourism is important for Şanlıurfa, and later addresses the non-governmental organizations interested in nature tourism in the province, conservation areas in the province, evaluation of current status and nature tourism potential of the province in relation to the nature tourism, information related to the primary investment and planning areas and regulatory developments. The final part initially clarifies the purpose, objective, strategy and projects defined for development of nature tourism in the province. Then, practicability of the plan is evaluated by SWOT analysis. In the final part of the section, a general evaluation and various recommendations are made.

3.2.3 Participation

Participation approach is possible to be questioned in three different stages of nature tourism master plans. The first is whether the team created for preparation of plans was created with a participant approach or not. The second is evaluation of whether participation of interest groups were ensured (in general, third sections of the plans have information in this regard) during performance of swot analyses in relation to the conservation areas in particular while creating the plan. The third is who the organizations and cooperating partners to take the actions specified in the “Action Plans” are.

In general, conformance of the plans prepared by the personnel of regional directorates of the Ministry of Forestry and Water Affairs was confirmed by the governor of the related province. Nature Tourism Master Plan for Antalya does not have any information on the team that prepared the plan. Nevertheless, it is indicated that plans for Balıkesir, Muğla and Tunceli were prepared with a - participant - approach by receiving support from relevant public institutions (provincial directorates of culture and tourism, regional directorates of forestry, provincial directorate of environment and urbanism, provincial directorate of food-agriculture and livestock, provincial special administrations) and the universities.

Information related to the analysis of the interest groups ensured to participate in the process of preparing the plans are provided in the final part of the third section. Among 13 plans, the interest group and stakeholder analysis were never addressed in the plans for Artvin and Rize as well as Bursa. How the interest group and stakeholder analysis were addressed in the plans for the remaining provinces are stated below:

The interest groups which participated in meetings, interviews and questionnaires under the title of interest group and stakeholder analysis in the plans for Bartın and Kastamonu, then the interest groups were subject to a 12-stage analysis. Additionally, provincial nature tourism councils were referred to be established in the plans for these two provinces with regard to creating the local organization.

The interest group and stakeholder analysis consist of two basic tables in the plans for İzmir and Muğla: The first table contains information on the stakeholders and their characteristics, relation with the plan, degrees of being affected by the plan, weak and strong aspects, effect on the plan and possible actions for the stakeholders. The second table contains information on the types, numbers, general purposes and activity areas of the NGOs being active in the nature tourism in the province.

Only the NGOs being active in the nature tourism in the province were listed under the sub-title of interest group and stakeholder analysis in the plans for Tunceli, Bolu and Balıkesir. The method of preparing the plan was addressed in the plan for Ankara, and it was stated that how many interest groups were interviewed to conduct the questionnaire. However, the plan does not contain detailed information on the questionnaire.

The plan stakeholders were included under the sub-title of interest group and stakeholder analysis in the Nature Tourism Master Plan for Nevşehir, and the method used to prepare the plan was attempted to be explained by using the terminology. The relevant sub-title of the Nature Tourism Master Plan for Kırklareli was created by rewriting the contents of the previous sub-titles (interest groups, interest group categories, interest analysis).

Except for Antalya, the institutions and cooperation partners to carry out the action stated in the “Action Plans” of all plans were clearly specified. While the provincial sections of Forestry and Water Affairs, provincial directorates of culture and tourism, provincial directorates of food, agriculture and livestock, provincial chambers of commerce, universities, municipalities, provincial directorates of environment and urbanization and provincial special administrations were defined as the institutions to carry out the actions, the NGOs interested in nature tourism in the relevant province were defined as the cooperation partners to realize the action.

3.2.4 Authenticity

Except for Antalya and Şanlıurfa, theoretical information are included in the first two sections entirely and an important part of the third section in all of 13 plans.

Theoretical information about the natural areas, the traditional life of those resident in such areas, sustainable development, rural development as well as sustainable nature tourism and development strategy was provided in the first section of the plans. This section is exactly the same in 13 plans. The only difference is the use of “tabii” (natural) and “tabiat turizmi” (nature tourism) in some plans and the use of their synonyms “doğal” (natural) and “doğa turizmi” (nature tourism) in some plans. These sections were created through copy & paste, and they are repetitious and inauthentic sections.

The resource analysis used to prepare the plans and the technical and theoretical information for determining the tourism potential and bearing capacity are included in the second sections of the plans. This main section is the same in 13 nature tourism master plans word by word excluding the plan for Muğla. The information provided were not correlated to provinces’ own properties. This relationship could only be established in the sub-title of Tourism Potential included in the second main section of the plan for Muğla. This part of the plan can be said to be authentic.

The third main section of the plans includes theoretical information mainly on the interest groups, classification of the interest groups in tourism, interest group analysis and community-based approach. These parts of the section are the same in 13 plans word by word. Following these theoretical information, the history and general characteristics of the provinces (geography, flora and fauna, climate, administrative condition, economy, population structure, etc.) are explained.

3.2.5 Conservation Areas and Nature Tourism

The information on the nature tourism offers of the provinces are generally included in the fourth main sections of the plan. This section was divided into the same sub-titles in each plan except for Bursa. The contents of these sub-titles vary from each other due to the differences in specific the properties of each province. However, it is rather hard to say that these sub-titles have satisfactory contents. The conservation areas of the provinces and the nature tourism activities conducted there were evaluated within the framework of the following matters.

The matrix indicating the nature tourism values of the province, evaluation of the (regional, national and international) recognition of the areas available for nature tourism, introduction of the conservation areas used for nature tourism in the province, SWOT analyses/strategic decisions for the areas available for nature tourism, the nature tourism types applied in the province and the prominent nature tourism types in the districts.

The nature tourism types conducted were explained in detail in the plans for Ankara, Bolu, Rize, Bartın, Kastamonu, Nevşehir and Muğla. On the other hand, types of nature tourism were explained in general instead of explaining the nature tourism types in the province under the title of the nature tourism types applied in the province in the plan for Tunceli, and Tunceli was not correlated anyhow.

In the plans for İzmir, Balıkesir and Artvin, the nature tourism types conducted in the province were only listed without explanation. An interesting point here is that SWOT analysis was made also for the nature tourism types in the province in the plan for Balıkesir unlike the other provinces. The types of nature tourism conducted in the province was never addressed in the plan for Kırklareli.

In 13 plans, SWOT analysis was performed in terms of nature tourism for the conservation areas in the provinces such as natural parks, national parks, natural monuments, wild life development areas and wetlands as well as other areas without conservation status. Thus, the strengths and weaknesses of these areas for nature tourism as well as their inherent opportunities and possible threats were revealed. Following the analysis, strategic decisions were developed for preventing the weaknesses and threats and improving the nature tourism for each conservation area by using the strong aspects and opportunities.

Efforts were made to indicate the matrix of prominent nature tourism values in the provinces and districts as well as the density of the nature tourism types conducted in the districts. Namely, it was revealed that which nature tourism type is densely conducted or not conducted in which district of a province.

Plans generally include the nature tourism activities performed in the province as well as evaluations on the prominent areas of the province for nature tourism following the information on the areas where such activities are carried out. These evaluations are generally included in the fifth main sections of the plans (except for Antalya, Şanlıurfa, Bartın, Kastamonu and Bursa).

In these evaluations, the areas superior and highly valuable for nature tourism in the provinces are analyzed for the tourism demand values of these areas (visitor profile, reason for visiting and the amount of the money spent), their accessibility, infrastructure, food and accommodation possibilities, social and economic bearing capacity and ecological bearing capacity after explaining their flora, fauna, geographical properties and other prominent properties.

After assessing the prominent areas of the province for nature tourism, the evaluation of the districts by “comparison” method is given as a table. By the comparison method, efforts were made to show the practicability/applicability of the path followed for the compared district to become successful in nature tourism in the relevant district.

3.2.6 Strategies and Actions Plans Developed

At the end of the plans, there are strategies created to develop the sustainable nature tourism in the province and the action plan prepared for the plan period in line with these strategies.

Sustainable nature tourism strategies were created under four different titles in all plans taken as example except for those related to Bursa, Antalya and Şanlıurfa. These include the development strategies, marketing strategies, visitor management strategies and monitoring/evaluation strategies. On average, 3 or 4 strategies were determined for each title in the plans. Among the plans assessed, the highest number of strategies are included in the Nature Tourism Master Plan for Tunceli.

While no strategy was created to develop the nature tourism in the plans for Bursa and Antalya, strategies were developed in a little bit different framework in Şanlıurfa compared to other plans. To develop the nature tourism in Şanlıurfa, 27 purposes, 27 targets, 27 strategies as well as 40 projects intended to realize them were determined.

The action plans come after the strategies created to develop the nature tourism of the provinces. Action plans are included in the plans for all provinces excluding Antalya. Action plans include the action titles for capacity development, physical infrastructure creation, inventory/product creation, product diversification and development/certification/promotion and marketing as well as monitoring and evaluation. Under these titles, it is stated that which action will be carried out year by year and who are the people and institutions as well as cooperation partners to carry out them. The information on the budget and financial resource as well as indicators is only included in the action plan for Nevşehir.

3.2.7 Planning Errors and Deficiencies

When the plans were assessed in general, various errors and deficiencies were detected in different sections. This section briefly addresses them.

Except for the plans Antalya and Şanlıurfa, the theoretical information included in the first two sections and an important part of the third section of the plans are exactly the same with each other. These sections were almost created by copy & paste. Besides, there is a sub-section, where the content is not in harmony with the subject title, in the first section of the plans. Although this sub-section is titled “Natural Areas, Traditional Life of the Local People, Rural Development, Sustainable Tourism Alternative and Sustainable Nature Tourism in the Province”, neither the “traditional life” of the local people nor the “sustainable nature tourism” was mentioned in the contents of 13 plans. Moreover, it is understood that some concepts used in this section such as “sustainable development” could not be explained enough.

Nature Tourism Master Plan for Şanlıurfa consists of four main sections. Although the “Table of Contents” of the plan contains the titles of “General Framework”, “Purpose”, “Method” and “Content”, neither these titles nor their contents are included in the text. The main text of the plans starts from the second main section.

In the sub-section where the nature tourism values of the provinces are explained in the plans for Balıkesir, İzmir, Nevşehir, Rize and Tunceli, the conceptual action plan map contained in Turkish Tourism Strategy Action Plan 2023 (2007-2013) was used without making any comment or reference. Besides, particularly the Green Road Project aiming to connect the plateaus in the Eastern Black Sea Region was explained in a very detailed manner in the sub-title of nature tourism offer in the plans for Artvin and Rize, and it was alleged that this project would make significant contributions to the provinces regarding tourism. Whereas, several researchers set forth that the Green Road Project would increase the mass tourism much more rather than the nature tourism on the natural areas, and it would result in the deterioration of these areas (Atmiş, 2016; Çağlar, 2016; Kurdoğlu and Bektaş, 2016). In this regard, the content is not in harmony with the title in these two provinces.

The natural conservation areas within the borders of the province are indicated as the areas with eco-tourism potential in the fifth sections of the plans for Ankara, Bolu and Kırklareli. On the other hand, it is stated that the area should be granted the natural conservation area status to carry out the nature tourism activities such as trekking, geo-tourism, photo safari, botanic tourism, etc. in certain parts of Kızılçhamam, Çamlıdere and Nallıhan districts in the plan for Ankara. In the Nature Tourism Master Plan for Kırklareli, although only scientific visits are permitted in Kasatura Gulf Natural Conservation Area because it is a natural conservation area, it is indicated as the nature tourism value of the province for photo safari, bird observation, botanic tourism, wildlife observation, trekking, bicycle tourism and sportive hand-line fishing.

Whereas, Article 2 of the National Parks Law no. 2873 entered into force on 11/08/1983 defines the natural conservation areas as “the parts of nature which contain the distinguished examples created by rare, endangered or almost extinct ecosystems, species and natural phenomena being important in terms of science and education and reserved only to be used for scientific and educational purposes” (Rega, 1983).

The action plan for each province contains specific actions. However, there are errors/confusions as the plans are not completely authentic and one plan was tried to be prepared over the other plan. For example, providing regular transportation services to the attraction points was determined as the purpose under the physical infrastructure creation title in the Action Plan for Bartın. This purpose explanation has no concern with Bartın (it is included in the action plan for Sinop).

Only the geographical location, climate and vegetation of the province are mentioned in the general characteristics section of Antalya. The information given there is quite inadequate. In general, the history, economy, administrative structure and demographical characteristics of the province included

in other plans were not mentioned anyhow. In the plan, the emergence of eco-tourism concept, basic principles of eco-tourism and its general properties are mentioned under Eco-tourism title in the plan. This section of the plan was quoted from “Eco-tourism Concept and Lake Eğirdir” by Şahin and Serin (2004) en bloc. Eco-tourism-oriented ecological planning model approach is mentioned in the planning approach and management section. This part was taken from “Eco-tourism-oriented ecological planning approach in the natural reserve areas of Turkey” by Gül and Özalın (2007) en bloc. The section where the eco-tourism examples from the world are provided at continental and country level, the section where the eco-tourism applications in Turkey are explained and the section where the eco-tourism problems in the world and Turkey are explained were completely taken from the master thesis “Eco-tourism Applications in Turkey and Its Contributions to the Economy” prepared by Altan (2006) en bloc. Twenty pages of the 35-page plan consist of these sections. The resource used was indicated at the end of each section taken en bloc.

In the section where the tourism potential of Antalya is explained, which part of the province is available for which eco-tourism activity was explained very shortly after defining the national park and eco-tourism. There is no explanation under the section titles of “Eco-tourism case analysis of Antalya” and “Conclusion and Recommendations”. Namely, these sections were left empty.

It was detected that the marketing strategies developed for sustainable nature tourism are given as the same in certain plans (Bartın, Kastamonu, Rize, Balıkesir and Kırklareli). This means that no authentic marketing strategies were developed for these plans.

4. CONCLUSION

It was decided to prepare nature tourism master plans for each province in Turkey in 2012, and these plans were prepared for all provinces in a short time. Plan periods mainly cover the time between 2013 and 2023. When the study results are assessed, the following conclusions are made:

- The words selected for the study subject are included at most in the nature tourism master plan for Muğla, and at least in the plan for Antalya.
- When all plans are taken into account, the first three words used were detected to be “nature”, “eco-tourism/nature tourism” and “forest”, respectively. The word “nature” was used at most in the plan for Kastamonu, the word “eco-tourism/nature tourism” was used at most in that of Bursa, and the word “forest” was used at most in that of Bartın.
- Sustainable forestry, forest villages, forest villager and forestry cooperatives, biodiversity and nature conservation were almost never addressed in the plans.
- The words of Arabic and Persian origin was heavily used in the language of the plans as used by the current government.
- Plans were prepared by the personnel of regional directorates of the Ministry of Forestry and Water Affairs of the relevant province. While the nature tourism master plans concern many public institutions and NGOs across the province, many plan preparation teams could not be organized in a participatory manner. Only the teams preparing the plans for Balıkesir, Muğla and Tunceli could be organized in a participatory manner. Apart from the plan preparation team, ensuring the participation of several public institutions and NGOs for conducting the SWOT analysis for the areas conserved for nature tourism and defining duties for these institutions in the realization of the Action Plan indicate that preparation in the plans was attempted to be ensured.
- The reasons for preparing the plans were not clearly stated. While no purpose was stated in the plans for Ankara, Bolu, Antalya and Şanlıurfa, the purposes written in the plans for Artvin, Rize, İzmir, Muğla and Kırklareli are the same word by word. The purposes of other provinces examined as an example differ from each other. The plan having the most authentic and detailed purpose is that of Nevşehir.

- All plans consist of seven main sections excluding that of Antalya and Şanlıurfa. Thirteen plans were written with the same disposition. Namely, their tables of contents are the same. The plan for Antalya structurally has the least content. The plan for Şanlıurfa consists of four main sections.
- In the plans, the first two sections entirely and the third section significantly consist of the same theoretical information (the plans for Antalya and Şanlıurfa were not compared as they are structurally different). These sections are the same in all plans word by word, and they are not authentic. Additionally, the contents are not completely in harmony with their titles in these sections.
- In the plans, efforts were made to explain the nature tourism types carried out in the provinces, and also, evaluations were attempted to be made about the conservation areas and other areas where such activities are performed.
- Strategies were established under several titles in the plans in order to develop the nature tourism at the conservation areas located in the provinces. Action plans were prepared so as to achieve these strategies.
- The reliability of the plans is undermined because particularly the sections containing theoretical information were created by copy & paste, the titles indicated in the Table of Contents are not available in the text and some concepts related to the subject were used without completely understanding them (e.g., proposing nature tourism activities at natural conservation areas).

The following evaluations can be made from these detections about the plans: Plans were prepared in a short time to carry out the order of the higher authority. These studies determine the situation rather than creating a future perspective and preparing a road map. Therefore, they are almost unlikely to be effective in developing the nature tourism. When the inadequacy of the nature tourism master plans combine with the failure to achieve the desired level of success in the management of conservation areas, the lack of a joint understanding to render services for nature tourism from these fields and the unplanned development of tourism in our country, it comes into question that the conservation areas may encounter new threats beyond the existing ones. Within this scope, new and inclusive studies are needed both for the management of the conservation areas and for planning the nature tourism activities to be performed at these areas.

5. REFERENCES

- Altan, Ş. (2006). Eco-tourism practices in Turkey and contributions to the economy, Unpublished Master Thesis, Niğde University Graduate School of Social Sciences Department of Economics, Niğde, Turkey
- Atik, M., Altan, T. and Artar, M. (2006). Tourism and nature conservation "South Antalya region": developments and results. *Akdeniz University Journal of the Faculty of Agriculture*, 19(2): 165-177.
- Atmış, E. (2016). Yaylalardaki toplumsal dönüşüm ve "Yeşil Yol". Yaşam Alanıma Dokunma Yeşil Yola Dur De Sempozyumu (7-8 Mayıs 2016) Bildiriler Kitabı, Trabzon, s:28-32.
- Atmış, E. ve Artar, M. (2013). Türkiye'de Korumadan Kullanmaya Yönelen Doğa Koruma Politikalarının Değerlendirilmesi. 2023'e Doğru 2. Doğa ve Ormancılık Sempozyumu Bildiriler Kitabı. 31 Ekim-3 Kasım 2013/Antalya. Orman Mühendisleri Odası Yayını, s: 403-422.
- Ayaş, N. (2007). Environmentally sustainable tourism development. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1): 59-69.
- Çağlar, Y. (2016). Yaylaları ne bekliyor? Yaşam Alanıma Dokunma Yeşil Yola Dur De Sempozyumu (7-8 Mayıs 2016) Bildiriler Kitabı, Trabzon, s:8-21.

- DKMP, (2017). General Directorate of Nature Conservation and National Park, Ministry Regional Directorate, <http://www.milliparklar.gov.tr/AnaSayfa/bolgeler.aspx?sflang=tr> (Accessed: 02.06.2017).
- Erdoğan, N. (2003). *Çevre ve ekoturizm*. Erk Yayınları, Ankara, Turkey.
- Gül, A. ve O. Özaltın (2007). Türkiye'deki korunan doğal alanlarda ekoturizm amaçlı ekolojik planlama yaklaşımı. Ekolojik Mimarlık ve Planlama Ulusal Sempozyumu (27-28 Nisan-2007), Antalya Mimarlar Odası, 194-203, Antalya.
- Karasar, N. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemi: kavramlar, ilkeler, teknikler*, 26th Edition. Published by Nobel. Ankara, Turkey. 292p.
- Korkmaz, M. (2001). Economic analysis of ecotourism activities in forest resources (the sample of Kızıldağ national park). *Turkish Journal of Forestry*, Serial A, 2: 111-134.
- Kurdoğlu, O. ve Bektaş, V. (2016). Yayla yollarının karasal ve sucul dağ ekosistemlerine etkileri. Yaşam Alanına Dokunma Yeşil Yola Dur De Sempozyumu (7-8 Mayıs 2016) Bildiriler Kitabı, Trabzon, s:22-27.
- Rega, (1983). Republic of Turkey The Official Gazette (11/8/1983 and number 18132). Act of National Park.
- Rega, (2012). Republic of Turkey The Official Gazette (23.03.2012 and number 28242). Regulation of Plans in Protected Areas.
- Soyak, M. (2013). The recent trends in the international tourism and the evolution of tourism policies in Turkey. *The Journal of Marmara Social Research*, 4: 1-18.
- Şahin, C. ve Serin, N. (2004). Ekoturizm Kavramı ve Eğirdir Gölü, Türkiye'nin Kıyı ve Deniz Alanları V. Ulusal Konferansı, 4-7 Mayıs, Adana, 401-410.
- TDK, (2017). Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.594a4f507531a5.44737383 (Accessed: 21/06/2017).
- Türkdoğan, O. ve Gökçe, O. (2012). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemi*. Çizgi Kitapevi Yayınları, Konya, Turkey.
- UNWTO, (2016). United nations world tourism organization tourism highlights 2016 edition.15p.

KURUMSAL İTİBARIN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNDE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERİN ROLÜ: İSTANBUL'DAKİ OTEL ÇALIŞANLARI ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA⁴

Öğr. Gör. Nihan YARMACI
Doğuş Üniversitesi
nyarmaci@dogus.edu.tr

Doç. Dr. Elbeyi PELİT
Afyon Kocatepe Üniversitesi
elbeyipelit@aku.edu.tr

Özet

İşletmelerin uzun vadeli hedefleri arasında yer alan ve uyguladıkları stratejiler sonucunda elde edilen kurumsal itibar; hem iç hem de dış müşteri tarafından algılanmakla birlikte sürekli olarak değerlendirilmektedir. İşletmelerin başarı ve verimliliğini belirleyen birçok unsur gibi, çalışanların işletmeye yönelik geliştirdikleri itibar algılarının da işletmeye; performans, kalite, bağlılık ve nitelikli işgücü bulma gibi olumlu etkileri bulunmaktadır. Bu nedenle, kurumsal itibarın sürekli olarak pozitif yönde geliştirilmesi ve sürekliliğinin yani sürdürülebilirliğinin sağlanması önemli bir husustur. Diğer işletme türlerine göre, daha fazla çalışan sayısına sahip ve emek yoğun özellik gösteren turizm sektöründeki işletmeler açısından, iç müşteri/paydaşın işletme hakkındaki olumlu itibar algılarının sürdürülebilirliğini sağlamak için, çalışanların farklı demografik ve kişisel özelliklerine göre, hangi itibar boyutlarına daha duyarlı veya duyarsız olduğunun belirlenmesi, bu konuda çalışanlara yönelik geliştirilecek olan uygulama ve politikalara katkı sağlayacak unsurlardandır. Bu çerçevede, konuyla ilgili mevcut durumun turizm sektöründeki işletmeler açısından ortaya konması önem arz etmektedir. Bu kapsamda, bu çalışmanın amacı turizm sektörünün önemli işletme türlerinden biri olan otel işletmeleri çalışanlarının itibar algılamalarında, bazı bireysel özelliklerin rol oynayıp oynamadığının tespit edilmesidir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. İstanbul'da faaliyet gösteren altı adet beş yıldızlı otel işletmesinde çalışan 243 kişiye anket uygulanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda çözümlenen veriler, araştırmaya katılan çalışanların kurumsal itibar algıları ile yaş, departman, sektörde çalışma süresi ve gelir düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olduğunu ortaya koymaktadır. Elde edilen bulgular doğrultusunda konuyla ilgili taraflara yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İtibar, sürdürülebilirlik, kurumsal itibar, demografik özellikler, insan kaynakları yönetimi, otel işletmeleri.

THE ROLE OF DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS FROM THE CORPORATE REPUTATION OF SUSTAINABILITY: A STUDY ON HOTEL EMPLOYEE'S IN ISTANBUL

Abstract

Corporate reputation, which is a goal that businesses want to create and set out, and which result from the strategies they apply; Is perceived by both internal and external customers and is continuously assessed. Like many factors that determine the success and productivity of businesses, they also directed the perception of the reputation that employees have developed for the business; are positive effects like loyalty, quality, performance and finding a qualified labor force. For this reason, continuous improvement in the positive direction and maintenance of sustainability is an important issue. In terms of businesses in the tourism sector, which have a labor-intensive feature and have a

⁴ Bu çalışma Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) tarafından desteklenmektedir (Proje No: 17.Kariyer.49).

larger number of employees, it is important to provide/the sustainability of the positive perceptions of the business of internal customers/stakeholders. For this, determining which reputation dimensions are more sensitive or insensitive according to different demographic and personal characteristics of employees, will be the factors that will contribute to the application-politics to be developed for employees in this respect. In this context, it is important to put it out the current status of the relevant businesses in the tourism sector. Hotel business is one of the important business types of tourism sector. In this context, the aim of this study is to determine whether the individual properties play a role in reputation perceptions of hotel employees. Research technique was used as data collection method in the survey. The survey applied to 243 employees at six five star hotels in Istanbul. As the perceptions of employees about corporate reputation within this research have a significant relation with the age, department, seniority at tourism sector and level of income criterions for the participants. According to the findings obtained, proposals have been developed in line with the aim of researching related parties.

Key words: Reputation, sustainability, corporate reputation, demographic characteristics, human resources management, hotel management.

GİRİŞ

Toplumların beklentilerini karşılamayan örgütlerin, sosyal paydaşlarını oluşturan; çalışan, müşteri ve yatırımcılarının güvenini sağlayabilmesinin de zorlaşmasıyla (Gürgen, 2007), örgütlerin öncelikle toplumun değerleri ile çelişmeyen vizyon, misyon, değerler ve kültürden oluşan kurumsal temelleri üzerine, iş hedefleri ile ilişkilendirilerek yönetilmesi (Kadıbeşegil, 2006: 27) giderek daha da önemli ve öncelikli hale gelmektedir. İç paydaşların örgüte duydukları aidiyet ve inanmışlık düzeyleri, diğer paydaşların örgüt hakkındaki güvenin temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, çalışanlar örgütleri için en mükemmel kaynak olarak hizmet ederek, örgütün hizmetine ve ürünlerine duyulan güvenin oluşmasına katkı sağlamaktadır (Şatır ve Sümer, 2006: 52-53). Bu nedenle, çalışanların kurumsal itibar algısı ve bu algıyı etkileyen faktörler önemlidir. Özellikle otel işletmelerinde sunulan hizmetin soyut olması, itibarın paydaşlar tarafından nasıl algılandığını daha da önemli hale getirmektedir. Turizm işletmelerinde talep edilen hizmetin içeriği, örgütün çalışanları ve yönetim kalitesinden, sunulan hizmetin güvenilirliğinden, çevresiyle kurduğu iletişimden ve sosyal sorumluluk bilincinden etkilenmektedir. Bu etkilenme biçimi, ilgili tarafların işletmeyi değerlendirme kriterlerinde önemli yer tutmaktadır. Özellikle ilgili işletmelerin hitap ettikleri tüm kesimlerde oluşturduğu olumlu algı, işletmelerin performans kriterlerinde de önemli gelişmeler sağlayarak, bu doğrultuda sürdürülebilirliklerinde de etken rol oynayacaktır. Paydaşlardan biri olan işletme çalışanlarının da, işletmelerine karşı oluşturdukları olumlu ya da olumsuz algılar, yerine getirdikleri görevlerini yapış biçimlerine de yansıtacaktır. Bu doğrultuda, çalışanların işletmenin itibarına yönelik algılarının tespit edilmesi ve bazı kişisel ve demografik özelliklerinin ilişkisinin belirlenmesi bu noktada önem kazanmaktadır. Bu bilgiler dikkate alındığında, kurumsal itibar kavramının turizm işletmeleri açısından önemine yer verilen bu çalışmada çalışanların söz konusu bu kurumsal itibar algılamalarında bazı demografik özelliklerinin rol oynayıp oynamadığı gerçekleştirilen bir uygulamayla İstanbul özelinde ortaya konularak konuyla ilgili öneriler geliştirilmiştir.

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

Güven duyma, saygı görme, beğenilme gibi pozitif değerlerin sonucunda oluşan itibar kavramı, bireysel olduğu kadar, örgütler hatta ülkeler için de farklı anlam (Öncel ve Sevim, 2014: 141) ve öneme sahip olup, işletme ya da örgütler açısından bu kavram kurumsal itibar olarak ele alınmaktadır.

Kurumsal itibar kavramını oluşturan bileşenlerin birden fazla olması (Fombrun, 1998) ve bileşenlerin özelliklerini yansıtmayan ifadelerin kullanılması, kavramın eksik ya da farklı şekilde tanımlanmasına neden olmaktadır. Örgütün gerçekleştirdiği eylem ve uygulamalar ile toplumla arasındaki güveni de simgelemekte olan kurumsal itibar, kurumlarda ne yapıldığına ve nasıl yapıldığına odaklanan ve paydaşların deneyimlerine bağlı olarak (Şatır ve Sümer, 2006: 51), toplum tarafından takdir edilmenin karşılığı, yarattığı güvenin toplam pazar değeri içindeki yeri (Kadıbeşegil, 2006: 55) olarak ifade edilebilir. Daha önceki süreçlerde sadece paydaşların algıları ve temel beklentilerinin karşılanmasına

göre değişirken, değişen koşullarla birlikte kurumsal itibar artık tüm paydaş, toplum ve işletmelerin sadece kendi çıkarlarını maksimize etmelerinin yanında tüm toplumun çıkarlarını da dikkate alarak faaliyetlerini gerçekleştirmeleri beklemektedir (Özbay ve Selvi, 2014: 1). Dolayısıyla, işletme faaliyet alanına giren çalışmaları, toplumla olan iletişimini ve çalışanlarına verdiği değeri açık ve net olarak paydaşlarına yansıtabilmesi gerekmektedir (Öztürk vd., 2010: 421).

Ayrıca, etkili iletişim, kalite ve hizmet algısı açısından sağladığı rekabet avantajı dikkate alındığında, hizmet işletmelerinde daha fazla önem verilmesi, iyi yönetilmesi ve sürdürülebilirliği sağlanması gereken bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Çevre, ekonomik ve sosyal unsurları kapsayan sürdürülebilirlik kavramı (Kuşat, 2012), işletmeler açısından ekonomik sürdürülebilirliğin önceliği ve önemi rekabet üstünlüğü sağlama, değişen koşullar ve teknoloji ile birlikte sosyal ve çevre gibi konularda da işletmelerin sürdürülebilirliğinin önem kazanmasına neden olmaktadır. Bu değişim, yöneticilerin örgütte sosyal sürdürülebilirliği sağlamak için eşitlik, çeşitlilik, bağlılık, demokrasi ve kaliteli yaşam gibi ilkelere barındıran çalışma ortamı yaratmalarının gerekliliğini (McKenzie, 2004) fark etmelerini sağlamıştır. Ayrıca, değişen koşullar ve çalışma hayatında farklı kuşakların yer alması ile birlikte, yöneticiler tarafından ekonomik hedeflere ulaşmanın öncelikli yolunun çevresel ve sosyal konulara önem vermekle yakından (Kesen, 2016) ilişkili olduğu daha belirleyici bir faktör haline dönüşmüştür. Kurumsal bilgi yönetimi ve transferi, kurumsal öğrenme, kurumsal değer, kurumsal mutluluk, kurumsal vatandaşlık, kurumsal itibar, kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal yönetim ve kurumsal sosyal sermaye, kurumsal sürdürülebilirliğin içsel unsurları (Kuşat, 2012) olarak ele alınmaktadır. Bu doğrultuda, kurumsal sürdürülebilirliğin içsel unsurlarından biri olan kurumsal itibar, turizm işletmeleri açısından incelendiğinde, hizmetin deneme imkanının olmaması, farklı kaynaklardan elde edilen bilgi doğrultusunda karar verilmesinin (Gümüş ve Öksüz, 2009: 54) yanısıra rekabet gücünü koruma, artırma, rakiplerinden farklılaşması ve bunu koruyabilmesi diğer bir ifadeyle sürdürülebilmesi daha da önemli hale gelmektedir. Dolayısıyla, kurumsal itibarın oluşturulması kadar itibarın sürdürülebilirliği de işletmeler için kritik etkiye sahiptir. Çalışanların çabaları, sorumlulukları ve eşsiz yetenekleriyle yönetilen dayanıklı ve sürekli bir değer olan (Baybora, 2011: 101) kurumsal itibar, özellikle insan faktörünün daha fazla etkili olduğu turizm gibi sektörlerde etkili ve doğru şekilde yönetilmesi, rekabet üstünlüğü gibi katkılar sağlamaktadır. Hizmet işletmeleri açısından kurumsal itibar, diğer işletmelere göre daha fazla katkı sağlayan unsurlardan biridir. Hizmetin soyut olması ve satın almadan önce deneme fırsatının olmaması, daha önceki deneyimlerin ya da işletmenin toplumda yarattığı algının etkisi ile satın alma sürecinde etkili olmaktadır. Toplum üzerinde işletmenin yarattığı güven (Kadıbeşegil, 2006) satın alma sürecini etkilemenin yanı sıra, kriz ortamında işletmenin tercih edilmesini de etkilemektedir.

Turizm işletmeleri hakkında bilgi ya da deneyim araştıran müşterilerin tercihlerinde itibar ön plana çıktığı görülmekte olup, sektörde varlığını devam ettirmek ve rekabette avantaj sağlamak isteyen işletmelerin itibar yönetimini etkili olarak uygulaması gerekmektedir (Öztürk vd., 2010: 434). Ayrıca güçlü itibar algısı yaratmak isteyen konaklama işletmelerinin hizmet kalitesine ve hizmeti sunan işgörenlerine daha fazla önem vermesi gerekmektedir (Öztürk vd., 2010: 418).

Bu doğrultuda, hizmet sektörü içerisinde yer alan turizm işletmelerinin diğer işletme türlerine göre kurumsal itibar yönetimine daha fazla önem vermeleri ön plana çıkmaktadır. Müşterilerin daha önce görmediği, kullanmadığı veya deneme imkanı olmayan soyut bir unsur ile ilgili farklı kaynaklardan işletme ve hizmetin niteliği hakkında bilgi arayışı aslında işletmenin dış çevredeki itibarı ile satın alma kararı arasındaki etkileşimi ortaya çıkartmaktadır. Dolayısıyla, kurumsal itibar kavramının iyi yönetilmesi kriz ortamında güvenilir ve tercih edilir olmasının yanı sıra tekrar hizmet satın alma sırasında ise müşteri tarafından hizmet kalitesinin niteliğinin güvencesi olarak algılanmaktadır. Çalışanlar açısından ise, işletme hakkındaki itibar algılamaları gerek işlerine gerekse işletmelerine karşı geliştirecekleri tutumlara olumlu ya da olumsuz olarak yansımaktır.

Kurumsal itibarın doğrudan satın alma potansiyeli ile ilişkili olması, işletmenin varlığını sürdürülebilmesi ve rekabet üstünlüğü açısından önemini vurgulamaktadır. Varlığını sürdürmek ve müşteri kitlesini genişletmek ve kârlılığını arttırırken, müşterilerin gözünde iyi bir izlenime sahip olmaya önem veren tüm örgütlerin, itibar algısının oluşmasında etkili olan çalışanların açısından da

durumun değerlendirilmesi ve etkili yönetilmesi oldukça önemlidir. Bu doğrultuda, işletme hakkındaki algı ve tutumları tesadüflere bırakılmayacak kadar önemli (Öztürk vd., 2010: 418) olduğunun farkında olarak kurumsal itibarın yönetilmesi gerekmektedir. Ayrıca, yapılan araştırmalar incelendiğinde, örgütsel bağlılık, performans, işten ayrılma niyeti, kurum kimliği, kurumsal imaj ve iletişim gibi konuların kurumsal itibar ile arasındaki etkileşim, konunun otel işletmelerindeki çalışanların algısı üzerinde araştırılmasını önemli hale getirmektedir. Bu çalışmada kurumsal itibar ile ilgili literatür ve otel işletmelerindeki mevcut durumun ortaya konulmuş olup, kavram ile ilgili politika ve strateji geliştirilmesine yönelik katkı sağlanması hedeflenmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Aynı zamanda Afyon Kocatepe Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi (BAP) desteklenen araştırmanın amacı, beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının kurumsal itibar algıları üzerinde bazı demografik ve bireysel özelliklerin etkisini belirlemektir. Sosyal medyanın etkili ve yoğun kullanımı, işletmelerin potansiyel müşteri ve rakiplerine karşı oluşturmak istediği kurumsal itibar algısında, çalışanların kurumsal itibar algısıyla doğrudan etkileşimi önem kazanmaktadır. Müşterilerin olduğu kadar çalışanlarında işletme hakkındaki olumsuz söylemleri, toplumun tüm kesimi tarafından anında duyulma ve bu doğrultuda o işletmeye ve ürünlerine karşı olumsuz bir tutum geliştirme eğilimini ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda varlığını sürdürmek ve müşteri kitlesini genişletmek, dolayısıyla kârını artırmak isteyen tüm örgütlerin müşterileri gibi çalışanlarının gözünde de iyi bir izlenime sahip olması önemlidir. Özellikle emek yoğun özelliğinden dolayı diğer işletme türlerine göre daha fazla çalışan sayısına sahip turizm sektöründeki işletmeler çalışanlarının işletme hakkındaki olumsuz itibara sahip olan bireylerin kişisel ve demografik özellikleri açısından incelenerek, bu sürecin yönetilmesi daha da dikkat isteyen bir süreçtir. Bu çerçevede konuyla ilgili mevcut durumunun turizm sektöründeki çalışanlar açısından ortaya konarak konuyla ilgili öneriler geliştirilmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda, araştırmanın gerçekleştirilmesi hem ilgili literatüre hemde ilgili işletme yöneticilerine ve insan kaynakları departmanına önemli veri kaynağı sağlayacaktır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

3.1. Örneklem ve Veri Toplama

Araştırmada, çalışanların kurumsal itibar algısını belirlemeye yönelik olarak Westcott (2005) ve Bromley (1993)'den yararlanarak Karaköse (2006) tarafından geliştirilen hizmet kalitesi (6 ifade), kurumsal etik (8 ifade), yönetim kalitesi (5 ifade), finansal sağlamlık (3 ifade), çalışma ortamı (9 ifade), toplumsal sorumluluk (4 ifade), duygusal çekicilik (6 ifade) faktörleri olarak geliştirilen ve toplam 40 ifadeden oluşan kurumsal itibar ölçeği kullanılarak, anket tekniğinden yararlanılmıştır.

Araştırmanın evrenini İstanbul'da otelcilik sektörünün yoğun olarak yapıldığı ve beş yıldızlı zincir otel işletmelerinin yoğunlaştığı Beşiktaş-Taksim bölgesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı 8 otel işletmesi oluşturmakta olup, anket uygulaması kabul eden, 5 yıldızlı 6 otel işletmesinde gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, ilgili otel işletmelerinde insan kaynakları birimi ile görüşülmüş ve 400 anket dağıtılmıştır. Geri dönen 251 anket içerisinde, eksik ve hatalı olan bazı anketler değerlendirme dışı bırakılarak toplam 243 anket değerlendirmeye alınmıştır.

3.2. Analiz ve Sonuçlar

Elde edilen verilerin analizinde, aritmetik ortalama, standart sapma ve kurumsal itibarın alt boyutlarının, çalışanların bazı demografik değişkenlere göre karşılaştırılmasında t testi ve Anova analizinden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin ve boyutlarının güvenilirlik düzeyi genel için 0,95 olarak, hizmet kalitesi alt boyutu için 0,83, yönetim kalitesi alt boyutu için 0,86, finansal sağlamlık alt boyutu için 0,79, çalışma ortamı alt boyutu için 0,87, toplumsal sorumluluk alt boyutu için 0,80, duygusal çekicilik alt boyutu için 0,82, kurumsal etik alt boyutu için ise 0,86 şeklinde hesaplanmıştır. Kullanılan ölçeğin güvenilirlik katsayısı, sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalar için geçerli güvenilirlik düzeyine sahip olduğunu göstermektedir (Ural ve Kılıç, 2010). Katılımcıların bazı kişisel bilgilerine ilişkin yüzde ve frekans dağılımları yer almaktadır. Ankete katılanların %35'i

kadın, %65'i erkek, %46,1'i bekar %53,5'i ise evlidir. Katılımcıların %1,2'si ilköğretim, %30,5'i lise, %18,5'i önlisans, %45,3'ü üniversite, %4,1'i ise lisansüstü eğitim düzeyine sahip olup, ankete katılan yaş grupları ağırlıklı olarak %37,9'u 23-27 yaş aralığında, %22,6'sı 28-32 yaş aralığında ve %19,3'ü ise 33-37 yaş aralığındadır. Çalışanların sektörde çalışma sürelerine göre dağılım incelendiğinde ise %23,9'u 2 veya daha fazla yıl, %22,2'si 3-5 yıl, %24,7'si 6-8 yıl, %15,2'si 9-11 yıl ve %14,0 ise 12 yıl ve daha fazla süredir çalışmakta olup, %23,5'i 1 yıl veya daha az, %37,0'si 2-4 yıl, %18,5'i 5-7 yıl, %13,2'si 8-10 yıl ve %7,8'i ise 11 yıl ve daha fazla bir süredir aynı işletmede çalışmaktadır. Çalışanların departmanlara göre dağılımı ise %31,7'si önbüro, %35,5'i yiyecek-içecek, %15,6'sı kat hizmetleri, %4,9'u insan kaynakları, %2,5'i halkla ilişkiler, %8,2'si satış ve pazarlama ve %4,5'i ise diğer (spa, muhasebe, güvenlik vb.) şeklindedir. Ankete katılanların %81,6'sı 1300 TL veya daha az, %8,2'si 1301-1700 TL, %8,6'sı 1701-2100 TL, %33,7'si 2101-2500 TL ve %47,7'si ise 2501 veya daha fazla miktarda bir gelire sahip olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan çalışanların görevlerine göre dağılımı ise %0,8'i genel müdür veya genel müdür yardımcısı, %7,4'ü departman müdürü, bölüm müdürü veya yardımcısı, %12,8'i şef ve %79'u ise çalışanlardan oluşmaktadır.

Araştırmada ankete katılan otel işletmeleri çalışanlarının kurumsal itibar algı düzeylerine ilişkin görüşleri 7 alt boyut kapsamında aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri alınarak yorumlanmıştır. Tablo 1'de kurumsal itibar ve alt boyutlarına ilişkin bulgular sunulmaktadır. Bu kapsamda araştırmada katılımcıların genel kurumsal itibar algı düzeylerine ilişkin aritmetik ortalama değeri 3,94 olarak belirlenmiştir.

Tablo 1: Çalışanların Kurumsal İtibarın Alt Boyutlarına İlişkin Sapma Değerleri ve Aritmetik Ortalamaları

Boyutlar	\bar{X}	s.s.
Hizmet Kalitesi Boyutu	3,96	0,612
Yönetim Kalitesi Boyutu	3,84	0,808
Finansal Sağlamlık Boyutu	4,20	0,567
Çalışma Ortamı Boyutu	3,79	0,665
Toplumsal Sorumluluk	3,96	0,691
Duygusal Çekicilik Boyutu	4,10	0,586
Kurumsal Etik Boyutu	3,95	0,686
KURUMSAL İTİBAR (Genel)	3,94	0,550

Çalışanların kurumsal itibar algıları alt boyutlar açısından değerlendirildiğinde; çalışanların en yüksek kurumsal itibar düzeyinin finansal sağlamlık boyutunda ($\bar{X}=4,20$) olduğu, en düşük algının ise çalışma ortamı ($\bar{X}=3,79$) boyutunda olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, kurumsal itibar algı düzeylerinin “çok katılıyorum”a karşılık geldiği ve otel işletmelerinde çalışanların olumlu yönde kurumsal itibar algısına sahip olduğu şeklinde değerlendirilebilir. Tablo 2'de katılımcıların kurumsal itibar algıları ile medeni durumlarının karşılaştırılmasına ilişkin bulgular sunulmaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Kurumsal İtibara İlişkin Algılarının Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

Boyutlar	Gruplar	N	Ort.	s.s.	t	p (sig)
Hizmet Kalitesi	Bekar	85	3,80	0,675	-3,951	0,000***
	Evli	155	4,10	0,515		

Yönetim Kalitesi	Bekar	112	3,72	0,807	-2,267	0,024*
	Evli	130	3,96	0,795		
Finansal Sağlamlık	Bekar	112	4,06	0,610	-3,679	0,000***
	Evli	130	4,33	0,497		
Çalışma Ortamı	Bekar	112	3,60	0,743	-4,109	0,000***
	Evli	130	3,95	0,546		
Toplumsal Sorumluluk	Bekar	112	3,77	0,743	-4,117	0,000***
	Evli	130	4,12	0,599		
Duygusal Çekicilik	Bekar	112	3,99	0,734	-2,507	0,013*
	Evli	130	4,18	0,407		
Kurumsal Etik	Bekar	112	3,77	0,772	-3,880	0,000***
	Evli	130	4,11	0,565		
KURUMSAL İTİBAR	Bekar	112	3,78	0,622	-4,337	0,000***
	Evli	130	4,08	0,438		

* $p < 0,05$ *** $p < 0,001$

Elde edilen bulgular sonucunda, evli çalışanların kurumsal itibar ve alt boyutlarına ilişkin algılarının daha olumlu yönde olduğu tespit edilmiştir. ($p=0,000 < 0,05$). Kurumsal itibar ve tüm alt boyutlar incelendiğinde, evli olan çalışanların kurumsal itibar algılarının daha olumlu yönde olduğu belirlenmiştir. Bu durum, bekar olan çalışanlara göre evli çalışanların daha fazla sorumluluk sahibi olması ve tüm faaliyet ve uygulamalar için gerekli olan emek ve çabaya daha pozitif yönde değerlendirdiği şeklinde yorumlanabilir. Çalışanların kurumsal itibar algılarında cinsiyetlerine göre 0,05 anlamlılık düzeyinde kurumsal itibarın alt boyutu olan yönetim kalitesinin ilişkin algının farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Öte taraftan, kurumsal itibar ve alt boyutları olan hizmet kalitesi, finansal sağlamlık, çalışma ortamı, toplumsal sorumluluk, duygusal çekicilik ve kurumsal etik boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 3'te katılımcıların kurumsal itibar ve alt boyutlarına ilişkin algılarının çalıştıkları departmanlara göre karşılaştırılmasına ait varyans analizi sonuçları sunulmakta olup, gruplar arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir ($p < 0,05$). Çalışanların departmanlarına göre kurumsal itibar algıları incelendiğinde ise, insan kaynakları ($\bar{X}=4,49$), satış pazarlama ($\bar{X}=4,24$) ve kat hizmetleri ($\bar{X}=4,21$) departmanlarında çalışanların diğer departmanlarda çalışmakta olanlara göre daha olumlu olduğu belirlenmiştir ($p=0,000 < p < 0,001$). Departmanlar açısından en düşük kurumsal itibar algısına sahip olanların ise önbüro departmanındaki çalışanlar olduğu belirlenmiştir. İnsan kaynakları ve satış pazarlama departmanında çalışanların kurumsal itibar algısının daha pozitif yönlü olmasında görev tanımlarından kaynakladığı düşünülebilir. Hizmet kalitesi alt boyutu açısından değerlendirildiğinde departmanlar arasında farklılık olduğu belirlenmiş olup ($p=0,000 < p < 0,001$), en olumlu algının insan kaynakları departmanında çalışanlardan görüldüğü, en düşük algının ise satış pazarlama departmanındaki çalışanlarda olduğu belirlenmiştir. İnsan kaynakları departmanında çalışanların hizmet kalitesine yönelik pozitif yönlü algısının nedeni olarak işletmeye nitelikli çalışanların alınmasına özen göstermeleri ve işletmede sunulan hizmete olumlu yönde yansıdığı ile ilişkili olabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 3: Katılımcıların Kurumsal İtibara İlişkin Algılarının Çalıştıkları Departmanlara Göre Karşılaştırılması

Departmanlar	Hizmet Kalitesi			Yönetim Kalitesi		
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
Önbüro	3,78	0,733	4,549 0,000***	3,47	0,898	8,042 0,000***
Yiyecek-İçecek	3,98	0,525		3,81	0,758	
Kat Hizmetleri	4,23	0,385		4,36	0,529	
İnsan Kaynakları	4,39	0,488		4,15	0,567	
Halkla İlişkiler	4,31	0,356		4,67	0,103	
Satış Pazarlama	3,74	0,593		3,95	0,590	
Diğer (Muh. Spa vb.)	3,81	0,612		4,06	0,627	
Finansal Sağlamlık			Çalışma Ortamı			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
Önbüro	4,25	0,587	2,509 0,023*	3,43	0,722	9,974 0,000***
Yiyecek-İçecek	4,25	0,468		3,87	0,589	
Kat Hizmetleri	4,08	0,418		4,20	0,340	
İnsan Kaynakları	4,36	0,521		3,94	0,517	
Halkla İlişkiler	4,44	0,861		4,43	0,354	
Satış Pazarlama	3,82	0,775		3,61	0,672	
Diğer (Muh. Spa vb.)	4,27	0,696		4,13	0,470	
Toplumsal Sorumluluk			Duygusal Çekicilik			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
Önbüro	3,65	0,690	6,756 0,000***	4,01	0,746	3,931 0,001***
Yiyecek-İçecek	4,11	0,592		4,02	0,473	
Kat Hizmetleri	4,17	0,447		4,22	0,393	
İnsan Kaynakları	4,02	0,711		4,40	0,585	
Halkla İlişkiler	4,67	0,466		4,40	0,335	
Satış Pazarlama	3,65	0,926		3,93	0,456	

Diğer (Muh, Spa vb.)	4,30	0,678		4,67	0,441	
Kurumsal Etik			Genel			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
Önbüro	3,64	0,801	7,453 0,000***	3,69	0,649	7,985 0,000***
Yiyecek-İçecek	4,00	0,560		3,98	0,437	
Kat Hizmetleri	4,22	0,294		4,21	0,258	
İnsan Kaynakları	4,29	0,477		4,49	0,428	
Halkla İlişkiler	4,58	0,323		3,76	0,211	
Satış Pazarlama	3,74	0,887		4,24	0,632	
Diğer (Muh, Spa vb.)	4,49	0,420		3,94	0,400	

* $p < 0,05$ *** $p < 0,001$

Satış pazarlama departmanının diğer departman çalışanlarına oranla daha düşük olumlu algısının nedeni ise, işletmenin tanıtımı ve satışı sırasında diğer işletmelerle benzer hizmetler sunması ve farklılaşmaya yeterince önem verilmemesinden kaynaklanabilir. Yönetim kalitesine ilişkin boyut departmanlar açısından incelendiğinde farklılıklar tespit edilmiş olup ($p=0,000$ $p < 0,001$), en olumlu algının halkla ilişkiler departmanındaki çalışanlarda daha düşük olumlu algının ise önbüro departmanındaki çalışanlarda olduğu tespit edilmiştir. Yönetim kalitesine yönelik halkla ilişkiler departmanının pozitif yönlü algısının kaynağındaki temel sebep olarak, görev tanımı gereği yönetimin işletme ile ilgili olumlu imaj ve itibar çalışmalarına yönelik yaptıkları çalışmalarda halkla ilişkiler departmanı aracılığı ile yürütmesi ve bu departmanın sorun, istek ve ihtiyaçlarının hızlı bir şekilde sonuçlandırılması ile ilişkili olduğu şeklinde yorumlanabilir. Dolayısıyla bu algı finansal sağlık ve çalışma ortamı boyutunda da halkla ilişkiler departmanının diğer departman çalışanlarına göre daha olumlu algıya sahip olmasında da etkili olmasına neden olacaktır. Departmanlar açısından finansal sağlık ($p=0,023$ $p < 0,05$) ve çalışma ortamına ($p=0,000$ $p < 0,001$) ilişkin alt boyutlarda da farklılıklar belirlenmiştir. Yönetim kalitesi, finansal sağlık ve çalışma ortamı açısından diğer departmanlara göre daha olumsuz algı düzeyine sahip olan departmanın önbüro çalışanlarından oluştuğu tespit edilmiştir. Önbüro çalışanların müşteriler ile birebir iletişim içerisinde olması, yoğun çalışma saatleri ve müşterilerin problemlerini ilettiği ilk departman olması algının diğer departmanlara göre daha düşük olmasında etkili bir faktör olabileceği düşünülebilir. Diğer taraftan halkla ilişkiler departmanının olumlu algı yaratmaya yönelik çalışmalar yürütmesi ve problemleri çözümlenerek, müşterinin memnun edilmesine yönelik faaliyetler yürütmesi yine kurumsal itibar algısının alt boyutları olan yönetim kalitesi, finansal sağlık ve çalışma ortamının daha pozitif yorumlanmasına katkı sağladığı şeklinde yorumlanabilir.

Toplumsal sorumluluk boyutu departmanlar açısından değerlendirildiğinde anlamlı farklılıklar olduğu ($p=0,000$ $p < 0,001$) belirlenmiş olup özellikle halkla ilişkiler ($\bar{X}=4,67$) departmanında çalışanların işletme ile ilgili olumlu algı, itibar ve imaj çalışmaları yürütmeleri nedeniyle diğer departmanlara göre daha olumlu algıya sahip oldukları şeklinde yorumlanabilir. Duygusal çekicilik boyutuna ilişkin departman çalışanlarının algıları arasında farklılık olduğu belirlenmiş, en olumlu algının ise diğer departmanlarda çalışanlardan daha sonra insan kaynakları ve halkla ilişkiler departmanı çalışanlarında olduğu araştırma sonucunda ortaya konulmuştur ($p=0,001$ $p < 0,05$). Çalıştıkları departmana göre kurumsal itibarın alt boyutu olan kurumsal etik algıları karşılaştırıldığında ise, anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p=0,000$ $p < 0,001$). Bu alt boyut ile ilgili en olumlu algıya sahip olan çalışanların

halkla ilişkiler departmanında bulunması, departmanın görev tanımı ve yürüttüğü faaliyetlerden kaynaklandığı söylenebilir. Dolayısıyla, diğer departman çalışanlarına halkla ilişkiler departmanının yaptığı faaliyet ve uygulamalar hakkında daha fazla bilgi aktarımının gerçekleştirilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4'te çalışanların yaş değişkenine göre kurumsal itibar ve alt boyutlarına ilişkin algıları bulgular sunulmaktadır. Elde edilen bulgular sonucunda kurumsal itibar ve alt boyutları ile yaş aralıkları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($p < 0,05$).

Katılımcıların kurumsal itibarı en olumlu algılayan yaş grubu 33-37 yaş ($\bar{X}=4,14$) aralığındaki çalışanlardan oluşturmaktadır. Kurumsal itibarı algı düzeyi en olumsuz olan yaş grubu ise, 23-27 yaş grubu olarak belirlenmiştir ($\bar{X}=3,84$). Araştırma sonucunda, 18-22 yaş aralığında olan çalışanların itibar algısı yaş arttıkça olumsuz yönde etkilendiği ve 33-37 yaşına kadar pozitif yönde artış gösterdiği tespit edilmiştir.

Çalışanların yaş grupları açısından yönetim kalitesine ilişkin algıları değerlendirildiğinde, en olumlu algının 33-37 yaş aralığındaki çalışanlardan oluştuğu, daha genç çalışanların kuşaksal farklılıklar nedeni ile çalışma ve yönetim anlayışlarının daha inisiyatif ve mobil olma eğilimi algının olumsuz yönde etkilenmesinde etkili bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Çalışma ortamı ile yaş grupları arasında anlamlı farklılıklar ($p=0,049$ $p < 0,05$) belirlenmiştir. 33-37 ($\bar{X}=4,01$) yaş aralığında olan çalışanların algılarının daha olumlu olması sektörde ve işletmede elde ettikleri deneyimler doğrultusunda kariyer sahibi olması ve birlikte çalıştığı kişilere seçebilme imkanının olması bu algının pozitif yönde olmasında etkili olabilir.

Toplumsal sorumluluk boyutu yaş gruplarına göre karşılaştırıldığında, 43 ve üzeri ($\bar{X}=4,25$) yaş aralığında olan çalışanların daha olumlu algıya sahip oldukları, 18-22 ($\bar{X}=3,71$) yaş aralığında olan çalışanların ise diğer yaş gruplarına göre daha düşük algıya sahip oldukları belirlenmiştir.

Yaş ilerledikçe bireylerin topluma ve çevreyle ilgili uygulamalara verdikleri önem ve duyarlılığın artarak, duyarlı uygulamaların çalışanların algılarına pozitif katkı sağladığı şeklinde yorumlanabilir. Çalışanların yaş gruplarına göre kurumsal etik algıları incelendiğinde ise, en olumlu algının 33-37 ($\bar{X}=4,21$) yaş aralığındaki çalışanlardan oluştuğu, 18-22 ($\bar{X}=3,73$) yaş aralığındaki çalışanların ise daha düşük olumlu algıya sahip oldukları belirlenmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Kurumsal İtibara İlişkin Algılarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

Yaş Grubu	Hizmet Kalitesi			Yönetim Kalitesi		
	\bar{X}	s.s.	F \ p	\bar{X}	s.s.	F \ p
18-22	4,22	0,605	2,179 0,024*	3,90	0,855	2,250 0,050*
23-27	3,85	0,527		3,72	0,671	
28-32	3,87	0,642		3,75	0,906	
33-37	4,12	0,656		4,17	0,705	
38-42	4,03	0,560		3,79	0,856	
43 ve üzeri	3,96	0,612		3,92	1,120	
Finansal Sağlık			Çalışma Ortamı			
	\bar{X}	s.s.	F \ p	\bar{X}	s.s.	t \ p

18-22	4,31	0,561		3,71	0,759	
23-27	4,06	0,523		3,66	0,676	
28-32	4,16	0,521	3,747	3,74	0,686	2,261
33-37	4,29	0,745	0,003*	4,01	0,563	0,049*
38-42	4,39	0,308		3,95	0,568	
43 ve üzeri	4,58	0,301		3,92	0,689	
Toplumsal Sorumluluk			Duygusal Çekicilik			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
18-22	3,71	0,678		3,94	0,824	
23-27	3,91	0,664		4,05	0,558	
28-32	3,81	0,743	2,285	4,05	0,587	1,015
33-37	4,13	0,714	0,047*	4,18	0,637	0,409
38-42	4,06	0,633		4,22	0,399	
43 ve üzeri	4,25	0,492		4,26	0,586	
Kurumsal Etik			Genel			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
18-22	3,73	0,849		3,89	0,619	
23-27	3,84	0,705		3,84	0,525	
28-32	3,90	0,642	2,539	3,87	0,545	2,639
33-37	4,21	0,589	0,029*	4,14	0,392	0,024*
38-42	4,06	0,411		4,04	0,631	
43 ve üzeri	4,06	0,890		4,10	0,550	

* $p < 0,05$ *** $p < 0,001$

Tablo 5'e göre, çalışanların sektörde çalışma sürelerine kurumsal itibar algılarına ilişkin varyans analizi sonucunda $p=0.003$ olarak bulunmuştur. Buna göre 6-8 yıla kadar turizm sektöründe çalışanların kurumsal itibar algıları artış gösterirken, en düşük kurumsal itibar algısına sahip olanların ise 3-5 yıl arası bu sektörde çalışanlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Kurumsal etik ve hizmet kalitesi alt boyutlarına ile sektörde çalışma süresi arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiş olup, diğer tüm alt boyutta anlamlı farklılıklar bulunmaktadır.

Tablo 5: Katılımcıların Kurumsal İtibara İlişkin Algılarının Sektörde Çalışma Süresine Göre Karşılaştırılması

Sektörde Çalışma Süresi	Hizmet Kalitesi			Yönetim Kalitesi		
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
2 yıldan az	3,97	0,500	2,282 0,061	3,91	0,697	2,815 0,026*
3-5 yıl arası	3,77	0,618		3,66	0,697	
6-8 yıl arası	4,12	0,515		4,14	0,744	
9-11 yıl arası	3,95	0,764		3,75	1,046	
12 ve üzeri yıl arası	3,99	0,699		3,80	0,873	
Finansal Sağlamlık			Çalışma Ortamı			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
2 yıldan az	4,17	0,501	6,699 0,000***	3,77	0,544	4,689 0,001***
3-5 yıl arası	3,96	0,546		3,53	0,775	
6-8 yıl arası	4,30	0,543		4,04	0,514	
9-11 yıl arası	4,12	0,734		3,70	0,739	
12 ve üzeri yıl arası	4,56	0,284		3,87	0,679	
Toplumsal Sorumluluk			Duygusal Çekicilik			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
2 yıldan az	3,98	0,677	3,398 0,010*	4,09	0,641	3,203 0,014*
3-5 yıl arası	3,71	0,696		3,90	0,457	
6-8 yıl arası	4,13	0,540		4,23	0,514	
9-11 yıl arası	3,85	0,848		4,03	0,777	
12 ve üzeri yıl arası	4,10	0,660		4,26	0,466	
Kurumsal Etik			Genel			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
2 yıldan az	3,81	0,666	2,064 0,086	3,90	0,466	4,097 0,003*
3-5 yıl arası	3,88	0,680		3,75	0,543	
6-8 yıl arası	4,14	0,590		4,13	0,432	
9-11 yıl arası	3,89	0,749		3,87	0,723	

12 ve üzeri yıl arası	4,03	0,771		4,03	0,566	
-----------------------	------	-------	--	------	-------	--

* $p < 0,05$ *** $p < 0,001$

Tablo 6'e göre, katılımcıların kurumsal itibar ve alt boyutlarına ilişkin algıları ile gelir düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar belirlenmiştir. Buna göre, 2501 ve/veya üzeri TL gelir elde eden çalışanların kurumsal itibarı diğer gelir düzeylerine sahip katılımcılara göre daha olumlu algıladıkları belirlenmiştir ($\bar{X}=4,13$). Çalışanlar arasında en olumsuz algı düzeyine sahip olanların 1301-1700 TL ($\bar{X}=3,56$) ve 1701-2100 TL ($\bar{X}=3,55$) grubunda yer alanlardan oluşturmakta olup, çalışanların kurumsal itibar algıları gelir düzeylerine göre değerlendirildiğinde gelir arttıkça algımda pozitif yönde etkilendiği şeklinde değerlendirilebilir. Gelir düzeyleri açısından incelendiğinde, gelir düzeyi en düşük olan çalışanların diğer çalışanlara göre daha pozitif yönlü olması ise, iş deneyime sahip olmayan, sektöründe kurumsal firmalarda çalışma fırsatı bulma ve sunulan kariyer imkanlarının kurumsal itibar algısına pozitif yönde yansıdığı düşünülebilir.

Hizmet ($\bar{X}=4,15$) ($\bar{X}=3,52$) ve yönetim kalitesi ($\bar{X}=4,12$) ($\bar{X}=3,31$) alt boyutu açısından en olumlu algıya sahip çalışanların 2501 ve/veya üzeri TL gelir düzeyinde yer aldığı, diğer gelir düzeylerindeki çalışanlara göre 1701 ve 2100 TL gelir düzeyinde olan çalışanların ise daha olumsuz kurumsal itibar algısına sahip oldukları belirlenmiştir. Finansal sağlamlık ve çalışma ortamı açısından değerlendirildiğinde ise, en yüksek algının 2501 ve/veya üzeri TL ($\bar{X}=4,35$) gelir düzeyinde sahip çalışanlardan oluştuğu, en düşük algının ise 1301-1700 TL ($\bar{X}=3,90$) gelir düzeyine sahip çalışanlar olduğu tespit edilmiştir. Toplumsal sorumluluk boyutu gelir düzeyi açısından değerlendirildiğinde, 2501 ve/veya üzeri TL ($\bar{X}=4,12$) gelir düzeyi olan çalışanların daha pozitif yönde ilişkili olduğu, 1300 ve daha az TL ($\bar{X}=3,31$) gelir düzeyindeki çalışanlarda ise daha az pozitif ilişkisi olduğu söylenebilir. Bu da çalışanların gelir düzeyi arttıkça geçim kaygılarının azalması ile toplumsal sorumluluklara daha duyarlı davrandıkları ile açıklanabilir. Duygusal çekicilik alt boyutu gelir düzeyi açısından incelendiğinde, 1300 ve/veya daha az TL ($\bar{X}=4,50$) olan çalışanların diğer çalışanlara göre daha pozitif algıladığı belirlenmiştir. Diğer taraftan, 1301-1700 TL ($\bar{X}=3,68$) ile 1701 -2100 TL ($\bar{X}=3,69$) gelir düzeyine sahip olan çalışanlarda bu algının daha düşük olduğu belirlenmiş olsa da, gelir düzeyi arttıkça algının pozitif yönde artış gösterdiği belirlenmiştir. Dolayısıyla, bu durum gelir düzeyi en az olan çalışanların kurumsal itibar algılarının oluşmasında çalışma ortamının diğer çalışanlara oranla daha etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir. Son alt boyutu olan kurumsal etik açısından ele alındığında ise, duygusal çekicilik alt boyutu ile benzerlik göstererek 1300 TL veya daha az TL ($\bar{X}=4,41$) gelir düzeyine sahip çalışanlarda daha pozitif yönde bir algının olduğu belirlenmiştir.

Tablo 6: Katılımcıların Kurumsal İtibara İlişkin Algılarının Gelir Düzeyine Göre Karşılaştırılması

Gelir	Hizmet Kalitesi			Yönetim Kalitesi		
	\bar{X}	s.s.	F \ p	\bar{X}	s.s.	F \ p
1300 TL veya daha az	3,92	0,189	7,967 0,000***	3,90	0,739	8,258 0,000***
1301-1700 TL arası	3,67	0,581		3,54	0,580	
1701-2100 TL	3,52	0,834		3,31	0,941	
2101-2500 TL	3,86	0,536		3,66	0,808	
2501 ve/veya üzeri TL	4,15	0,396		4,12	0,721	

Finansal Sağlamlık			Çalışma Ortamı			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
1300 TL veya daha az	4,33	0,471	5,508 0,000***	3,72	0,368	11,542 0,000***
1301-1700 TL arası	3,90	0,603		3,19	0,778	
1701-2100 TL	3,92	0,900		3,34	0,904	
2101-2500 TL	4,13	0,496		3,73	0,663	
2501 ve/veya üzeri TL	4,35	0,486		4,02	0,472	
Toplumsal Sorumluluk			Duygusal Çekicilik			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
1300 TL veya daha az	3,31	0,375	5,244 0,000***	4,50	0,383	7,750 0,000***
1301-1700 TL arası	3,73	0,761		3,68	0,479	
1701-2100 TL	3,56	0,887		3,69	0,885	
2101-2500 TL	3,91	0,664		4,01	0,642	
2501 ve/veya üzeri TL	4,12	0,612		4,23	0,415	
Kurumsal Etik			Genel			
	\bar{x}	s.s.	F \ p	\bar{x}	s.s.	F \ p
1300 TL veya daha az	4,41	0,188	6,221 0,000***	4,01	0,189	10,913 0,000***
1301-1700 TL arası	3,61	0,783		3,56	0,581	
1701-2100 TL	3,70	0,944		3,55	0,834	
2101-2500 TL	3,80	0,753		3,85	0,536	
2501 ve/veya üzeri TL	4,15	0,493		4,13	0,396	

* $p < 0,05$ *** $p < 0,001$

Tablo 7’de sunulan çalışanların kurumsal itibar algısının görev statüsüne göre değerlendirildiğinde kurumsal itibar ve tüm alt boyutları ile anlamlı farklılıklar belirlenmiştir ($p < 0,05$). Kurumsal itibar algısı genel olarak değerlendirildiğinde yöneticilerin işgörenlere göre daha olumlu algıya sahip olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte hizmet kalitesi alt boyutu incelendiğinde, genel kurumsal itibar algısı ile benzerlik göstermekte ve yöneticilerin kurumsal itibar algısı işgörenlere göre daha olumlu olduğu gözlenmiştir. Yönetim kalitesi alt boyutuna ilişkin algı düzeyleri karşılaştırıldığında da aynı farklılık tespit edilmiştir. Bunun nedeni, yönetici statüsünde olan kişilerin, işletmelerine bakış açılarının

sorumluluktan kaynaklanan olumlu bir bakış açısı ve sahiplenme duygusu olabilecektir. Kurumsal itibarın diğer alt boyutlarından farklı olarak finansal sağlamlık ile ilgili algı farklılıkları incelendiğinde, yine yöneticilerin daha olumlu algıya sahip oldukları, işgörenlerin ise bu alt boyut kapsamında daha düşük olumlu algıya sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu boyuttaki farklılık değerlendirildiğinde, yöneticilerin mali olarak tüm değişiklik ve yenilikleri finansal açıdan kolaylıkla gerçekleştirebilmelerinden kaynakladığı şeklinde yorumlanabilir. İşgörenlerin algılarının daha düşük olmasının ise, uygulayıcı ve ihtiyaçları hizmet üretme sürecinde fark ederek, üst yönetimden talep etmeleri ve gerçekleşmesini beklemederinde kaynaklandığı düşünülebilir.

Tablo 7: Katılımcıların Kurumsal İtibara İlişkin Algılarının Görev Statüsüne Göre Karşılaştırılması

Görev	Hizmet Kalitesi			Yönetim Kalitesi		
	\bar{x}	s.s.	t \ p	\bar{x}	s.s.	t \ p
Yönetici	4,26	0,47 1	15,761	4,36	0,525	29,623
İşgören	3,88	0,62 3	0,000***	3,70	0,814	0,000***
Finansal Sağlamlık			Çalışma Ortamı			
	\bar{x}	s.s.	t \ p	\bar{x}	s.s.	t \ p
Yönetici	4,38	0,56 8	6,310	4,11	0,463	15,192
İşgören	4,15	0,55 9	0,013*	3,71	0,686	0,000***
Toplumsal Sorumluluk			Duygusal Çekicilik			
	\bar{x}	s.s.	t \ p	\bar{x}	s.s.	t \ p
Yönetici	4,18	0,56 3	7,443	4,33	0,441	9,996
İşgören	3,89	0,70 9	0,007*	4,04	0,606	0,002*
Kurumsal Etik			Genel			
	\bar{x}	s.s.	t \ p	\bar{x}	s.s.	t \ p
Yönetici	4,24	0,55 2	11,955	4,24	0,392	20,892
İşgören	3,87	0,69 9	0,001***	3,86	0,558	0,000***

* $p < 0,05$ *** $p < 0,001$

Çalışma ortamı, toplumsal sorumluluk, duygusal çekicilik ve kurumsal etik alt boyutları açısından da anlamlı farklılıklar tespit edilmiş olup, yöneticilerin bu alt boyutlarla ilgili algıları işgörenler göre daha olumlu olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, işletmenin yönetim ve karar süreçlerinde bireylerin etki oranı arttıkça kurumsal itibar algısının da pozitif yönde etkilendiği söylenebilir. Dolayısıyla,

işletmenin yaptığı uygulamaların yöneticiler tarafından desteklendiği ve işgörenlere göre daha başarılı algılandığı şeklinde de yorumlanabilir. Konuyla ilgili olarak Oktar ve Çarıkçı (2012) farklı paydaşların üniversite itibar algılamalarına yönelik yaptıkları çalışma sonuçları bu araştırmanın sonuçları ile paralellik göstermektedir. Nitekim ilgili çalışmada kurumsal itibarın alt boyutları olan duygusal çekicilik, çalışma ortamı, eğitim ve hizmet kalitesi açısından anlamlı farklılıklar tespit edildiği belirtilmektedir. Yukarıda sunulan bulgulara ek olarak, çalışanların kurumsal itibar algılarının; medeni durum ve işletmede çalışma süresine göre anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Otel işletmelerinde çalışanların kurumsal itibar algısına yönelik mevcut durumun tespit edilmesi ve söz konusu bu algılarda demografik özelliklerin rolünün belirlenmesi ve buna ilişkin önerilerin geliştirilmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, otel işletmelerinde çalışanların genel olarak olumlu kurumsal itibar algısına sahip olduğu belirlenmiştir. Çalışanların cinsiyetleri ile yönetim kalitesi arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiş olup, kadınların yönetim kalitesine ilişkin algılarının erkeklere göre daha pozitif yönlü olduğu belirlenmiştir. Medeni durum açısından ele alındığında ise, kurumsal itibar ve tüm alt boyutlar ile arasında anlamlı farklılıklar olduğu analiz edilmiştir. Çalışanların yaş grupları ile kurumsal itibar ve duygusal çekicilik boyutu dışında tüm alt boyutlar arasında anlamlı farklılık belirlenmiştir. Genç çalışanların hayal, hedef, beklenti ve isteklerinin daha fazla olması, orta yaş grubundaki çalışanların ise işletmede belirli bir kariyer ve deneyime sahip olması kurumsal itibar algıları üzerinde etkili olabilmektedir. Katılımcıların çalıştıkları departman ile kurumsal itibar ve alt boyutları arasında anlamlı farklılıklar belirlenmiş olup, departmanların yürüttükleri çalışmaların etkili olduğu söylenebilir. Araştırmada eğitim düzeyleri ve işletmede çalışma süreleri açısından kurumsal itibar ve alt boyutları arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda, otel işletmelerinde çalışanların kurumsal itibar algılarının iyileştirilmesi, işletmenin hizmet kalitelerini arttırabilmek ve kurumsal itibarın sürdürülebilirliğini sağlayabilmek için işletme yöneticilerine ve ilgili literatüre katkı sağlaması açısından aşağıda sunulmakta öneriler geliştirilmiştir.

- İşletmelerde çalışan yeni kuşak çalışanların özelliklerine yönelik çalışma ortamı ve yönetim anlayışlarının işletmeye uyumlu hale getirilerek uygulanması, hem hizmet kalitesi algısına hem de kurumsal itibar algısına olumlu yönde katkı sağlayarak sürdürülebilir hale getirecektir.
- İşletmelerde genellikle bekar olan, önbüro ve satış departmanında çalışanların ve yönetici statüsünde olmayanların ve 18-32 yaş grubu aralığında olan çalışanların daha düşük kurumsal itibar algısına sahip olduğu çalışma sırasında elde edilen bulgular arasında olup; kurumsal itibar algısına yönelik uygulama ve çalışmalarda bu gruplara öncelik verilmesi işletme ile ilgili kurumsal itibar algısının artmasına katkı sağlamanın yanında uzun vadede bu algının devamlılığında katkı sağlayacaktır.
- 18-32 yaş grubu aralığında olan çalışanların daha düşük kurumsal itibar algısına sahip olmasının temel nedeni; kuşaksal farklılıklardan kaynaklanıp, çalışma hayatında yeni olan bu kuşağın deneyime ve statü sahibi olan farklı kuşaklarla birarada ve kendi kuşağının özelliklerine uyumlu olmayan anlayış ve uygulamalara uyum sağlaması için zorlanmasından kaynaklanmaktadır. Özellikle yönetim ve insan kaynakları departmanının yeni kuşakların genel özelliklerini bilerek, uygun çalışma ortamı ve koşulları yaratılarak, tüm kuşakların beklenti ve özelliklerine uyumlu örgüt kültürü oluşturulması diğer pozitif örgütsel davranışı olumlu yönde destekleyecektir. Ayrıca, işletmenin verimliliği ve performansında etkili olan bu unsurların sürdürülebilirliği içinde öncelik ve önem verilmesi gerekmektedir. Konuyla ilgili araştırma yapacaklara ise şu öneriler getirilebilir:

Bu araştırma kapsamında çalışanların kurumsal itibar algıları üzerinde bazı bireysel özellikler ele alınmış olup, İstanbul ilinde faaliyet gösteren altı adet zincir beş yıldızlı otel işletmesinde çalışan 243 kişiyle sınırlıdır. Konuyla ilgili gerçekleştirilecek çalışmalarda uygulama alanının daha da genişlettilererek, farklı sahiplik yapılarına sahip turizm işletme türlerinde çalışanların kurumsal itibar

algıları üzerinde bireysel ve demografik özelliklerin ele alınması, farklılıkların ortaya konulması ve sürdürülebilir kurumsal itibara yönelik önerilerin geliştirilmesi turizm işletmeleri ve literatür açısından önemli katkılar sağlayacaktır. Ayrıca, resort, termal ve şehir otelleri alanında faaliyet gösteren işletmelerdeki çalışanların bazı demografik ve bireysel özelliklerinin kurumsal itibar algılarındaki farklılığın belirlenmesi ve resort, termal ve şehir otellerinin kurumsal itibar ile ilgili zayıf ya da yetersiz oldukları unsurların tespiti açısından fayda sağlayacaktır.

Farklı kişisel ve demografik özelliklere sahip olan bireylerin kurumsal itibarı değerlendirirken bakış açılarının ve hangi unsurlara öncelik verdiğinin tespit edilmesi örgüt için önemli bir bilgi kaynağıdır. Bu doğrultuda, iç paydaşlara yönelik yapılan kurumsal itibar araştırmaları aslında örgütün hedef kitlesi olan bireylerin demografik ve kişisel özelliklerine göre nelere öncelik verdiğinin belirlenerek, bu bilgiler ile çalışmaların hazırlanmasına katkı sağlayacaktır. Ayrıca, hizmet işletmelerinde çalışanların işletmelerine yönelik düşünce ve algıları sunulan hizmetin niteliğini, devamlılığını yani sürdürülebilirliği ile ilişkilidir. Dolayısıyla, çalışanların kişisel ve demografik özelliklerine göre negatif ya da düşük algıya sahip olan grupların tespit edilerek, bu gruplara yönelik uygulama ve çalışmaların yapılması örgüt genelinde oluşturulan pozitif algının sürdürülebilirliği açısından önemlidir. Belirli aralıklarla çalışanların algıları ölçülmesi ve insan kaynakları ile yönetim tarafından dinamik olarak değişikliklerin uygulamaya geçirilmesi, hizmet işletmeler açısından önemli olan itibar algısı gibi farklılaşma ve rekabet üstünlüğünde örgüte katkılar sağlaması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Baybora, D. (2011). *Kurumsal İtibar ve Paradigmalar* içinde ŞAKAR, N. (Ed.), Kurumsal İtibar ve Çalışanlar (101-122) Beta Yayınları, İstanbul.
- Fombrun, C. J. (1996). *Reputation: Realizing Value from the Corporate Image*, Harvard Business School Press, Boston.
- Fombrun, C. J. (1998). *Blackwell Encyclopedic Dictionary of Organizational Behavior* içinde N. Nicholson (Ed.), Corporate Reputation, Malden: Blackwell Publishers.
- Fombrun, C. J. (2001). *Corporate Reputation as Economic Assets* içinde M.A. Hitt, R.E. Freeman and J.S. Harrison (Ed.), The Blackwell Handbook of Strategic Management, Blackwell Publishers, Malden.
- Gümüş, M ve Öksüz, B. (2009). *Turizm İşletmelerinde Kurumsal İtibar Yönetimi*, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Gürgen, H. (2007). İtibar Toplam Algıdır, *Bursa Ekonomi Dergisi*, 233, 36-37.
- Kadıbeşegil, S. (2006). *İtibar Yönetimi*, MediaCat Yayınları, 7. Baskı, İstanbul.
- Kesen, M. (2016). İşletme Yönetiminde Sürdürülebilir İnsan Kaynakları Yönetiminin Yeri Ve Önemi, *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(3).
- Kuşat, N. (2012). Sürdürülebilir İşletmeler İçin Kurumsal Sürdürülebilirlik ve İçsel Unsurları, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, XIV(II), 227-242.
- McKenzie, S. (2004). Social sustainability: towards some definitions, Magill: Hawke Research Institute, University of South Australia.
- Oktar, Ö. F. ve Çarıkcı, İ. H. (2012). Farklı Paydaşlar Açısından İtibar Algılamaları: Süleyman Demirel Üniversitesi'nde Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(1), 127-149.
- Öncel, M. ve Sevim, Ş. (2014). Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Kurumsal İtibar Yönetimi: Yükseköğretimde Yapılandırılmasına Yönelik Bir Model Önerisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 139-156.
- Özbay, D. ve Selvi, Y. (2014). Kurumsal İtibarın Ölçümü: Bir Model Önerisi, *İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi*, Sayı 76.
- Öztürk, Y., Çöp, S. ve Yılmaz, S. (2010). Konaklama İşletmelerinde İtibar Yönetimi ve Ölçek Geliştirilmesi: Ankara'daki Otel İşletmeleri Üzerine Uygulama, 11. Ulusal Turizm Kongresi, 418-436.
- Şatır, Ç. ve Sümer Erendağ, F. (2006). Kurum İtibarının Bileşenleri Üzerine Bir Araştırma: Sağlık Hizmeti üreten Bir Kamu Kurumunda İç Paydaşları İtibarı Nasıl Algılıyor?, II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu, 52-62.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2010). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi (SPSS 10.00 - 12.0 for Windows)*, Detay Yayıncılık, Ankara.

BÖLGEDE YEŞİL EKONOMİ POLİTİKASININ GELİŞMESİNDE AZERBAIJAN TÜRKİYE İLİŞKİLERİ: TURİZM VE PERSPEKTİFLER

Doç. Dr. Muhammed SOLTANOĞLU
Azerbaycan Milli Bilimler Akademisi
Felsefe Enstitüsü
mehammed1970@hotmail.com

Özet

XXI asırda yenilikçi gelişme diğer nedenlerle birlikte hemde insanların sağlığının temin edilmesinde çok faydalı olan yeşil ekonomi (*green economy*) terimine rastlıyoruz. Yeşil ekonomi kelime anlamı olarak toplumsal refahın ve sosyal eşitliğin artırılması, çevresel risklerin ve ekolojik kırılganlıkların ise azaltılması anlamına gelmektedir.

İnsanın fiziksel varlığını büyük ölçüde temin eden doğal ortam, onun korunması her bir ülkenin ekonomik açıdan gelişmesine ve refahına etki gösteren şartlardandır. Öyle ki, havanın, suyun, yeşilliklerin beşeriyetin ekolojik sağlığında nasıl bir önem taşıdığını ifade eden yeşil ekonomi paradigmları (değerler ağı) - ekosistem ve bizden sonraki nesilleri düşünerek bizimle birlikte tabiatdaki tüm canlıların esas yaşam haklarını muhafaza eden fikirleri kendisinde barındırıyor.

Turizmin gelişmesinde ekolojik faktörlerin göz önünde bulundurulması açısından tabiatın değerinin her geçen yılla kıyaslandığında daha çok bilinmesi, yeni ekonomi yaklaşımları talep ediyor.

Sempozyuma sunduğumuz makalemizde yeşil ekonomi hangi zorunluktan oluşmuştur? Yeşil ekonomi'nin turizmin gelişmesine hangi etkileri var? Yeşil ekonominin prensipleri sürekli kalkınmanın temin edilmesinde hangi etkileri var ve diğer soruların cevaplarını bulmağa çalışacağız.

Bu araştırmada yeşil ekonominin ekolojik özellikleri, turizmin gelişmesine direkt etkisinden bahsedeceğiz. Turizm alanında olan yaratıcı teşebbüsler yeşil ekonomi'nin prensipleriyle karşılıklı şekilde belirtilecek. Azerbaycan'ın Türkiye ile turizm ve ekonomik ilişkilerinde yeşil ekonomi'nin uygulanması gibi konular ele alınacak.

Anahtar kelimeler: küreselleşme, perspektif, ekolojik, ekosistem, bölgesel.

Azerbaijan-Turkish Relations in the Development of Green Economy in the Region: Tourism and Perspectives

Abstract

XXI century innovative development alongside with other factors brought to life the term "green economy" which plays great role in ensuring human health. Natural environment ensuring human physical existence, its security and protection are the major terms which influence the economic development and prosperity of the country. The green economic paradigms comprising the importance of weather, water and the greenness in ecological health reflects the ideas securing the major life rights thinking the next generations. From the point of view considering ecological factors in the development of tourism the comprehension of value of the nature make necessary new economical approaches. In the article presented for the symposium the answers for "From what necessity was the green economy appeared?", "What impacts has the green economy to the development of tourism?", "What role do the green economy principles play in durable development?" questions are researched.

The ecological features of green economy, its direct impact to the development of tourism will be analysed in this article. The creative initiatives in tourism will be defined in connective matter with the principles of green economy. The application of green economy in Azerbaijan-Turkish tourism and economic relations will be reviewed.

Key words: green economy, tourism, ecology, green corridor, region.

1. GİRİŞ

Ekonominin modernizasyonu ve yenilikçi gelişmesinde esas amaç her bir insanın yaşam koşullarının iyileştirilmesi ve gelecek nesillerin refah ortamının sağlanmasıdır. Küresel karakter almış çevre sorunlarının çözümünün, özellikle ekonominin "yeşilleştirilmesi" dünya düzeyinde esas tartışma konularından biridir. Günümüzde dünyanın esas ülkelerinde çevre ortamının iflas etmesi, kirlenme düzeyinin artması, doğal kaynakların tükenmesi, çevresel ortamın bozulması ve iklim değişikliği gibi durumlarda görülüyor. Biyolojik çeşitliliğin korunması, yakıt ve enerji kompleksinin çevreye olumsuz etkisinin nötralize, denizin kirlenmesinin karışısının alınması, yeşil alanların restorasyonu ve mevcut

kaynakların etkin korunmasının önemli konular oldukça günceldir. Bununla ilgili devamlı önlemlerin alınması modern çağın en esas konuları gibi görülüyor. Modern bilimsel araştırmalarda "yeşil ekonomi"yle bağlı farklı yaklaşımlar var. Bu açıdan ilk önce yeşil ekonomi nedir, niçin yeşil ekonomi bir terim olarak ortaya atılmıştır, yoksa kendisinde herhangi bir süreci ifade ediyor mu, insanlık yeşil ekonomisiz mümkün mü, yeşil ekonomi elde olursa toplum ne kazanabilir, tüm bu sorulara konu kapsamında yanıtlar aranıyor. Makalede yeşil ekonomiye geleneksel yaklaşımlardan farklı olarak yeni bir yaklaşım sergileniyor, yeşil ekonominin gelişmiş ülkelerde uygulama ve sonuçları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Azerbaycan-Türkiye ilişkilerinde turizmin gelişimi ve yeşil ekonomik bölgelerin oluşturulması önemli bir faktör olarak gibi araştırılıyor.

2. Yeşil ekonominin mahiyeti ve uluslararası deneyim: karşılaştırmalı analiz

XXI yüzyılda yenilikçi gelişme diğer etkenlerle birlikte, hem de insanların sağlığının sağlanmasında önem arz eden yeşil ekonomi (green economy) terimini oluşturmuştur. İnsanın fiziksel varlığını doğrudan sağlayan doğal ortam, onun muhafazası ve korunması halkın refahına ve ülkenin ekonomik gelişimini etkileyen önemli şartlardandır. Öyle ki, havanın, suyun, yeşilliklerin insanlığın ekolojik sağlığında hangi önem taşıdığını öngören yeni paradigmlar yeşil ekonomide-ekosistem ve bizden sonraki nesilleri düşünerek bizimle birlikte doğadaki tüm canlıların temel yaşam haklarına sahip çıkmaktır. Doğanın değerinin her geçen yıla göre daha çok bilinmesi, sınırlı sayıda doğal kaynakların etkin ve optimum şekilde kullanılması yeni ekonomik bakışların oluşmasına neden oluyor. İşte bu açıdan "yeşil" ekonomi teorisi belirttiğimiz zorunluluğun bir parçası olarak ortaya çıkmıştır.

Tesadüf değildir ki, günümüzde yeşil ekonomi kavramının güncelliği her gün daha çok hissedilir ve bu düşüncenin temel amacı sosyoekonomik gelişmelerle çevresel gelişmenin karşılıklı bağıllığı için ortam ve mekanizmaların oluşturulması, çevresel ortamda yaşanan sorunların sosyo-ekonomik gelişmeyle birlikte bakılmasını sağlamaktır.

Birleşik Milletler (BM) Çevre Programı'nın (UNEP) bölgesel direktörü Juan Dusik yazıyor ki, " insanların yaşam kalitesinin yükseltilmesi için 'yeşil ekonomi' dayanıklı gelişmeye dayanmalıdır. Herkes anlamalıdır ki, "yeşil ekonomi" nin geliştirilmesi kanunların talebi yok, modern zamanın esas kanunu ve taleplerinden biridir. "Bu çalışmalara tüm dünyada 2008 yılından başlatıldı". Yeşil ekonomi" ni geliştirmekle onun önemli ilerleyişine ulaşılabilir" (Azərbaycan, 2012, 2)

Peki o zaman "yeşil ekonomi" terim olarak uydurulmuştur yoksa herhangi bir süreci mi ifade ediyor? Bu soruya cevap vermeden önce çeşitli uluslararası teşkilatlarda ve bilimsel yaklaşımlarda yeşil ekonomiye olan çeşitli bakışları karşılaştırmakla belirli sonuçları almak mümkündür.

Örneğin, "UNEP, OECD ve diğer uluslararası kuruluşlar yeşil ekonomi" ni çevre güvenliği sağlayan mal ve hizmetlerin üretim ve tüketimini, ayrıca yeşil ekonomiye yatırılan yatırımları öngören bir kavram (teori) olarak tanımlıyorlar. Bu bakışta çevresel sürdürülebilirlik belirlenirken ekonomik gelişme, gelir artışı, istihdam ve yoksulluğun azaltılması öngörülmüyor" (UNEP istatistikleri 2009, 38)

Yukarıda belirttiğimiz kuruluşların bakışlarından belli oluyor ki, yeşil ekonomi teorisinin ne anlam taşıdığını net olarak belirleyen ve herkes tarafından kabul edilen tanımı yoktur. Yeşil ekonomiye kavramsal yaklaştıkça o yeni ekonomik teori olarak da ifade edilebilir veya modern şartlarda insan ve doğa ilişkilerinden oluşan klasik ekonominin eki gibi de tanımlanabilir. Bununla ilgili olarak bugün tüm dünya ülkelerinde yani yeşil ekonomiye, onun gelişimini sağlamak açısından çeşitli yollar aranıyor, ekonomik deneyim denemeler yapmaya çalışıyorlar. Ekonominin "yeşilleştirilmesi" ve çevresel sorunların çözümü dünya çapında küresel karakter almış, şu anda bilim camiasının, uluslararası kuruluşların temel tartışma konularından biri haline gelmiştir. Örneğin, BM'nin 2012 yılında Brezilya'da yapılan dayanıklı gelişme üzere konferansında (Rio+20) "dayanıklı gelişimin ve yoksulluğun giderilmesi bağlamında" yeşil "ekonomi" konusu iki temel meseleden biri olmuştur". Bu konferansta BM Çevre Programı, Dünya Bankası (World Bank) ve diğer çok taraflı kalkınma bankaları, Doğanın korunması için Uluslararası Birlik (The World Conservation Union), Doğa Dünya Vakfı (World Wide Fund for Nature), Uluslararası Yeşil Dünya (Greenpeace International) gibi çeşitli uluslararası kuruluşların "yeşil" ekonomiyle ilgili faaliyet gösterdiklerini diqqata arz edilmiştir.

Bu bakımdan "Avrupa Birliği ise yeşil ekonominin sürekli üretim-tüketim, enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı ile yeni iş imkanlarının yaratılması ve insan refahının genişletilmesiyle ilgili olduğunu belirliyor" (UNEP, 2014, 2).

Genelde Avrupa Birliğine dahil olmayan ayrı ayrı ülkeler de kendilerinin özel koşulları kapsamında farklı tanımlar ortaya koyuyorlar. Ancak farklı yaklaşımlar olmasına rağmen "2012 yılında Birleşmiş Milletler Kuruluşunun (BM) Sürdürülebilir Kalkınma Konferansındaki (Rio+20) konuşmalardan sonra hükümetler karara aldılar ki, yeşil ekonomi sürekli gelişme için çok önemli bir araçtır. Rio+20 beyannamesi haberleşme ve potansiyel olanaklarının gerçeğe dönüştürülmesiyle yeşil ekonomik politikanın uygulanmasını da belirtti" (Mahammad, 2010, 48)

Günümüzde yeşil ekonominin uluslararası kurumlar tarafından yukarıda belirtilen düzeyde anlaşılması ve ona uygun gerekli adımların atılması bu meseleye bakışta genel kriterleri gerekli kılıyor. Farklı toplumlar ve yeşil ekonomi arasındaki ilişkiler, küresel, bölgesel veya lokal özellikleri içeren amaçlar hiyerarşisi açısından da bakılabilir.

"Ekonomi'nin " yeşillendirilmesi " sürekli gelişmeyi sağlayan önemli bir faktördür" başlıklı konferansta "yeşil" geliştirme veya "yeşil" ekonomi denildiğinde, BM Çevre Programı'nın (United Nations Environment Programme - UNEP) sunumlarında "yeşil" ekonomi insanların refahını yükselten ve sosyal adaleti sağlayan, aynı zamanda çevre için riskleri kesin azaltan ekonomi gibi tanıdığı belirtilmiştir (environmental governance, 2014, 1).

Uluslararası kurumların ve akademisyenlerin çeşitli yaklaşımlarından aldığımız genel değerlendirmelerden anlaşılıyor ki, yeşil ekonomi çevresel ve sosyal gelişmenin sütunlarının temeli olan sürekli ekonomik gelişmeye dayalı, uluslararası kurumlar tarafından çevresel güvenliği sağlayan mal ve hizmetlerin üretim ve tüketimi, aynı zamanda "yeşil" gelişmeye yatırılan yatırımlar öngörülüyor. Yeşil ekonominin gelişmesi insan, onun entelektüel, kültürünü kısacası onun çevresel sağlığını beyan ediyor.

İşte bu açıdan "yeşil" ekonomi kavramının içeriğini, onun hangi süreci ifade ettiğine dikkat edince geldiğimiz uygun sonuç şudur: **"Yeşil" ekonomi - mevcut olan doğal kaynaklardan ekonomik kullanımı öngören ve modern bilgilere dayanarak sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasına yönelik ekonomik paradigmadır.**

Yukarıda verdiğimiz tanımın içeriğinden ve farklı yaklaşımlardan da anlaşılıyor ki, biyolojik çeşitliliğin korunması, doğal kaynakların tükenmesi, iklim değişikliği, yakıt ve enerji kompleksinin çevreye olumsuz etkisinin nötralize, yeşil alanların restorasyonu ve mevcut kaynakların verimli kullanımı gibi önemli meseleler yeşil ekonominin temel paradigması gibi değerlendirilebilir. Yeşil ekonominin gelişiminde genellikle bu kavramın temelinde yaşadığımız dünyanın ekonomik ve sosyal refahı duruyor.

3. Yeşil ekonomide uluslararası deneyim: karşılaştırmalı analiz

BM Çevre Programı'nın bölgesel direktörü Juan Dusik Bakü'de düzenlenen uluslararası konferansta şöyle demiştir: "UNEP 'yeşil ekonomi' üzere 2008 yılından itibaren programlar gerçekleştiriyor. Dünyada finansal krizlerin olduğu bir zamanda biz ekonominin yeşilleştirilmesi alanında küresel düzeyde çalışmalar belirledik. Ama bunun yanı sıra, ulusal düzeyde de programlar düzenlemek azmindeyiz. Şu anki program Azerbaycan üzere "yeşil ekonomi" nin teknik-ekonomik durumunun ilk değerlendirilmesine ayrılmıştır.

"Yeşil ekonomi" nin uygulanması için gerekli olan şartlar hakkında konuşan BM temsilcisi belirtmiştir ki, "yeşil ekonomi" insanların yaşam seviyesini, onun kalitesini artırmak için bir araçtır. Bu hem de ekonomik büyüme dayanıklı gelişmeyle uzlaştırmak için çok iyi fırsat ve şanstır. Biz "yeşil ekonomi" nin geliştirilmesi yoluyla Azerbaycan'ın bu alanda bölgede lider devlete dönüşmesine yardımcı olmak istiyoruz. Çalışıyoruz ki, bu, uzun vadeli bir kavram olarak Azerbaycan'da teşekkül bulsun ve çevresel sorunlarla boğuşan diğer devletler de sizin ülkenizi örnek alsınlar ve faydalansınlar. Bu, hem de Azerbaycan'ın UNEP programlarında liderliği açısından iyi bir fırsattır" (SAM, 2012, 1).

Yeşil ekonomik paradigma niteliksel yeni bir yaklaşım olup kendisinde aşağıdaki 3 temel sorunun çözümünü birleştiriyor:

- a. Ekonominin sürekli ölçüğü yaşam teminatının çevre sistemine uygun olmalıdır.
- b. Kaynakların ve olanakların sadece şimdiki nesil için değil, aynı zamanda gelecek nesiller ve diğer biyolojik türler arasın adil dağılımı (distribution) yapılmalıdır.
- c. Doğal sermayesi yeterli olarak dikkate alan kaynakların zamanda etkin dağılımı (allocation) geçirilmelidir.

Yukarıda belirtilen sorunun mantığından alınan sonuç şudur ki, insanlığın, dolayısıyla çeşitli toplumların sağlıklı yaşamasını nitelendiren en önemli husus temiz çevresel ortama sahip olmak ve çevre açısından her türlü hizmetlerin üretimini oluşturan sağlam ekosistemlerin varlığını korumaktır. Çünkü yeşil ekonomiye ulaşmak için ülkelerde modern ve bilimsel esaslara dayalı teknolojilere ihtiyaç vardır, özellikle, bu ihtiyaç yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı sırasında daha belirgin şekilde öne çıkıyor. Bu açıdan yeşil ekonomiye ilgili bilimsel araştırmalara daha fazla destek olmalıdır ki, sonuçta teknoloji transferi daha hızlı yürütülsün. Öyle ki, yeşil ekonominin teşvik için programlar gerçekleştirilen zaman dış ortamın etkilerini dikkate almak gerekir. Yeşil ekonominin teşviki ülkelerde farklı şekillerde gerçekleştiriliyor. Örneğin, "Yeni Zelanda'da yeşil ekonominin teşviki yalnız çevreyi korumak değil, daha çok sürekli gelişmenin sağlanması için veriliyor ve bu yönde reformlar devam ediyor" (Vangelis, 2007 <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15693430601108086>).

Modern çevresel durum yeni iklim koşulları, Azerbaycan'ı "yeşil ekonomi" politikasında uzun vadede belli çağırışlarla yüz yüze koyuyor. "Azerbaycan 2020: Geleceğe Bakış", "Kalkınma Konsepti 2014-2020 yılları için Ulusal Strateji" nin de temel hedeflerinden biri işte çevresel açıdan dayanıklı sosyo-ekonomik gelişmeyi sağlamaktır. İşte bu açıdan Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı İlham Aliyev 2010 yılını "Çevre yılı" ilan eden kararı bu dönemden ülkede çevre politikasının "yeşil" ekonomi ilkelerine göre tespit edilmiştir. İşte bu açıdan yeşil ekonomi sadece makro ekonomik göstergelerinin düzeyine göre değil, insanla doğa, daha açık ifadesiyle ekosistemlerle sosyal - ekonomik olayları bir birine bağlayan bir köprüdür. Yeşil ekonomi hem de ülkeleri, halkları birbirine yaklaştırarak uluslararası ilişkileri güçlendiriyor, ekonomik ve kültürel ilişkilerin gelişmesine katkı sağlıyor.

"Yeşil" artışa yönelik ekonomik teşvik paketlerinin hacmine ve faydalılığına göre Asya ülkelerinden Güney Kore ve Çin daha öndedir. Öyle ki, Çin'de "yeşil" sektörlerin gelişmesi için kampanya paketi ÜDM'nin (Genel İç Ürün- Gross Domestic Product) toplam 3 % -nü oluşturuyor ve bu miktar 2020 yılına kadar 1,8 milyon yeni iş yerlerinin açılmasına yönlendiriliyor. Çin 2020 yılına kadar GSYİH'nın 3 % -nü yüksek hızlı tren, rüzgar ve güneş enerjisi gibi verimli aydınlatma sisteminin gelişmesine sarf etmeyi kararı almış. Karşılaştırma için belirtelim ki, "ABD'nin "yeşil" kampanya için harcamaları ÜDM'nin (Genel İç Ürün- Gross Domestic Product) 0,7 % -ni, AB'nin maliyeti ise ÜDM'nin (Genel İç Ürün- Gross Domestic Product) 0,2% -ni oluşturuyor" (Rasim Əliquliyev, 2015, <http://ict.az/az/news/1182/>)

Burada önemli olan ABD, Kore veya Çin yeşil ekonomiye devlet ilişkisini gözönünde bulundurmamak değil, esas odak eski Sovyet mekanında yeşil ekonominin gelişmesine destek veren ilk devlet olarak Azerbaycan'ın perspektiflerini isimlerini belirttiğimiz devletlerle mukayese etmektir. Örneğin, Azerbaycan Cumhurbaşkanı yanında Stratejik Araştırmalar Merkezi'nin (SAM) organizasyonu ile "yeşil ekonomi" konulu etkinliğe UNEP'in bölgesel direktörü Juan Dusik konuşma yaparak yeşil ekonominin öneminden bahsetmiş ve belirtmiştir ki, "Azerbaycan bölgede lider devlet gibi "yeşil ekonomi" in gelişmesinde önemli rol oynayacak" (Urxan Ələkbərov, 2014, 142).

Küresel dünya ekonomisinin bir parçası olan Azerbaycan ekonomisi postseneye ekonomisinin "yeşilleştirilmesi" mekanizmalarından faydalanmakla ve modern teknolojilerden en verimli şekilde kullanarak, petrol dışı sektörün gelişiminin "yeşilleştirilmesi" ne ulaşmalıdır ki, bu da sonuç itibari ile ekonominin bütünlüğüne ve onun gelişmesine yol açacak.

Örneğin, "Ekonominin "yeşilleştirilmesi" sürekli gelişmeyi sağlayan önemli bir faktördür" adlı konferansta "Avrupa ülkelerinin "yeşil" ekonomiye geçişi bu alanın gelişmesi için çevresel vergi reformları, yoğun kirlendirmeye göre ceza, çevresel projelerin ödüllendirilmesi için "yeşil" teşvikler, hibe ve krediler, doğrudan kamu harcamaları ve dolaylı destek gibi çeşitli mekanizmalardan kullandığı belirtilmiştir. "Yeşil" ekonominin gelişmesi için İngiltere'de FİT (Feed-in-Tariffs) adlı indirimli tarifeden, Almanya'da ekolojik vergi (Eco Tax) reform kullanıldığını, İsveç'in vergi indirimleri ve otomobil

sigortası indirimleri şeklinde devlet teşviklerine göre dünya lideridir" (Əlövsət Əliyev, 2016, <http://ict.az/az/news/1602/>). Azerbaycanda ekonominin yeşilleştirilmesi petrol dışı sektörün kalkınması bakımından büyük önem arz etmektedir.

4.Azerbaycan Türkiye ilişkilerinde yeşil ekonominin önemi

Küreselleşen dünyada artan enerji talebinin karşılanması açısından Azerbaycan'ın zengin hidrokarbon rezervleri ile ilgili olarak öne çıkması, aynı zamanda stratejik ulaşım hatlarının kesiştiği noktanın bu bölgede yerleşmesi Türkiye ile işbirliğinde yeşil ekonominin gelişmesine yeni yönler veriyor. Türkiye Azerbaycan işbirliğinde yeşil ekonomik bölgeler yaratmak mümkün mü? Yeşil ekonominin uygulanması turizmin gelişmesinde hangi etkileri var? Bu soruları cevaplandırmadan önce belirtilmelidir ki, stratejik konumu, enerji kaynakları, dinamik gelişimiyle dikkat çeken Azerbaycan güney Kafkasya'yı dünya siyasetinde ilgi uyandıran bölgelerden birine dönüştürmüştür. Fakat üzülecek belirtilmelidir ki, Azerbaycan topraklarının % 20'si Ermenistan tarafından işgal edilmesi bölgenin bir bölümünün, yeşil koridor politikası dışında kalması ile sonuçlanmıştır. Yukarı Karabağ sorununun ilk günlerinden Türkiye devleti daima Azerbaycan'ın haklı taleplerini her zaman savunup, sürekli olarak Ermenistan'ın işgal ettiği tarihi Azerbaycan topraklarından derhal ve koşulsuz çıkması talebi ile hareket ederek, bölgede ekolojik krizin giderilmesine çalışmıştır.

TANAP'ın (Trans-Anadolu Doğal Gaz Boru Hattı) hızla inşası Azerbaycan, Gürcistan ve Türkiye'yi tüm Avrasya ile birleştirmekle beraber, bölgede yeşil ekonomiye olumlu etki yapan bu tarihi olay Azerbaycan-Türkiye stratejik ortaklığın yeni ve dinamik gelişme aşaması olarak değerlendirilebilir. TANAP ve TAP Azerbaycan için nadir ve değerli projelerdir ve bu sadece iki kardeş devletin değil, hem de büyük bir bölgenin yeşil ekonomisinde önemli role sahiptir. Yeşil ekonominin gelişmesi diğer etkenlerle birlikte, hem de insanların sağlığının sağlanmasında önem arz eden çevre koruma ve korunmasına hizmet etmelidir. İnsanı çevreleyen ortamın korunması ve iyileştirilmesi halkın refahına ve ekoturizm gelişimini etkileyen önemli şartlardandır. İşte bu açıdan Türkiye ve Azerbaycanın tekrarsız doğal ortamı yeşil ekonomik bölgelerin oluşturulmasında geniş olanaklar sunuyor. Her iki devlet arasında tarihi ve etnik köklerin birliğine bağlı olan doğal yakınlaşma, genel çıkarlar etrafında çabaların birleştirilmesi küreselleşen modern dünyada mevcut ve potansiyel çağırışların giderilmesine ve geleceğin sağlam temeller üzerinde kurulmasına olanaklar yaratmış. Aynı zamanda, yeni dünya düzeninde karşılıklı ilişkilerde faydalılığın temel kriter olarak kabul edilmesi, her iki devletin siyasi faaliyetlerinin ulaşmak istediği temel amaçlardan biridir. İşte bu bakımdan ülkelerimiz arasında tüm alanlarda ilişkilerin dinamik şekilde gelişmesinin göstergesi olan küresel ekonomik projeler Bakü-Tiflis-Ceyhan petrol, TAP, TANAP, Bakü-Tiflis-Erzurum doğal gaz boru hatları, Kuzey ve Güney koridoru, Bakü-Tiflis-Kars demir yolu projeleri bölgede barışın ve güvenliğin sağlanmasına katkı vermekle beraber, hem de yeşil ekonominin ve turizmin gelişmesinde büyük öneme sahiptir.

Örneğin, "2017 yılında tamamlanması planlanan hattın hizmete verilmesinden sonra 2018 yılında 1,2 milyon yolcu ve 3,5 milyon ton yük taşınacak. 2034 yılında ise demiryolu hattının üzerinde 7,8 milyon yolcu ve 21,5 milyon ton yük taşınması tahmin ediliyor. Bakü-Tiflis-Kars hattı inşaatı devam eden hızlı tren projeleri ile sadece Türkiye değil, Gürcüstan ve Azerbaycan da Asya-Avrupa koridorunun en uygun ve güvenilir seçeneği haline gelecek" (Azerbaycan Dəmir Yolları Qapalı Səhmdar cəmiyyəti 2017).

İşte bu açıdan turizm alanında işbirliğinin yeni biçimlerinin arayışı, bölgesel faktörlerin turizm imkanlarının artırılmasına katılımı, yeşil ekonominin gelişmesi açısından turizm perspektiflerinin dikkate alınması gibi konular bugün oldukça günceldir.

Bu yıl hizmete verilen Bakü-Tiflis-Kars demiryolu artık çoğu uluslararası görüşmelerin tartışma konusu haline geldi. Son olarak Cumhurbaşkanı İlham Aliyev'in 2017 yılı Şubatın 23'de Avrupa Komisyonu'nun enerji birliği üzere Başkanı Maroş Şevçoviç'le görüşmesinde bu konu gündeme geldi. Tarafların görüşünde Azerbaycan ile Avrupa Komisyonu arasında enerji meseleleri ile birlikte, ulaşım koridorları dahil olmak üzere Bakü-Tiflis-Kars demir yolundan kullanım alanında işbirliği olanakları ele alındı. Yeni Asya-Avrupa ulaşım koridorundan kullanım imkanlarından konuşan Maroş Şevçoviç "Avrupa şirketlerinin bu projeye dahil edilmesinin ve bu konuda Avrupa Komisyonu mümkün desteği" nin öneminden bahsetmiştir (Azərbaycan Respublikası Prezidentinin resmi saytı, 2017).

"Yeşil" ekonominin oluşumu hem çevrenin korunması, hem de var olan doğal kaynaklara ve çağdaş bilgiye dayalı sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında önemli bir şarttır. Uzmanlar fikirlerine göre, ülkeye turistlerin katılımı için, yeşil ekonomik bölgelerin oluşturulması en etkili yollardan biridir. İşte bu açıdan Azerbaycan-Türkiye ilişkilerini her yönden geliştirerek yeşil ekonomik bölgelerin oluşturulmasını sağlamak sadece ekonomik açıdan değil, hem de siyasi açıdan bölge için oldukça önemlidir.

"Çünkü bugün dünyada yaşanan gelişmeler ve güvenlik açısından turizmin gelişmesi kaçınılmazdır ve bu ülkeleri kültürel-ekonomik açıdan birbirine çok yaklaştırır. Turizm hem de ülkeleri, halkları birbirine yaklaştırarak uluslararası ilişkileri güçlendiriyor, ekonomik ve kültürel ilişkilerin gelişmesine katkı veriyor. Bu, turizmin temel şartlarından. Bir kural olarak başka ülkenin misafiri olmaya hazırlanan istenilen turist gittiği ülkenin güvenli, özgür ülke olmasını istiyor. Bu bakımdan bölgenin güvenli, özgür, ekonomik olarak birbirine bağlı olması yeterli esaslı nedenlerdendir" (Mahammad Jabrayilov, 2015, s.144).

Turizmin gelişmesi hem de bölgelerin sosyo ekonomik açıdan kısa bir sürede dirçelmesi demektir. Azerbaycan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı İlham Aliyev, iki ülke arasındaki ilişkilerin mevcut durumunu şöyle değerlendiriyor: "Türkiye-Azerbaycan ilişkileri şimdi en yüksek seviyededir. Bu ilişkiler dostluk, kardeşlik ilkelerine göre stratejik karakter taşıyor. Bizi birleştiren hem tarihi kökler, hem kültürel ilişkiler, bizim geçmişimiz ve bugünkü siyasi çıkarlarımızdır" (Mahammad Jabrayilov, 2015, s.145).

Azerbaycan'da mevcut durum Azerbaycan'da yeşil siyaset bağlamı Azerbaycan'ın çevre politikası eski Sovyetler Birliği döneminden başlayarak yıllar içinde gelişti ve bağımsızlık yıllarında daha çok milli özelliklere odaklanmış durumda olup. Rio ve Johannesburg Yer Zirve toplantılarının kararlarına uygun olarak Azerbaycan yerel politika ve mevzuatın zorunlu iyileştirilmesini gerçekleştiriyor. Bunların arasında çeşitli devlet programlarının ve yasaların kabul edilmesi, daha iyi yönetim, milli park ağlarının genişletilmesi, insanların su ile teminatının daha da mükemmelleşmesi ve çevre kirlenmesine karşı faaliyetler var. Ulusal çevre politikasını beyan eden özel belge olmasa da, ulusal kalkınma politikaları üzere bir takım belgeler devletin konumunu vurgulamaktadır.

"Yeşil hafta" projesi kapsamında Çevre ve Sağlık Avrupa Bakanlar Konseyi'nin üçüncü toplantısının nihai kararında; " Azerbaycan'ın Doğu Avrupa'da "yeşil ekonomi" nin araştırılmasını üstlenen ve bu işi sona erdiren ilk ülke" olması belirtilmiştir (Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi, 2012)

5. SONUÇ

Bugün Türkiye ve Azerbaycan'da yeşil ekonominin gelişmesi için çok geniş imkanlar var. Bu açıdan yeşil ekonomik bölgelerin uygulaması turizmin gelişmesine engel olan birçok sorunları giderecektir.

- Yeşil ekonominin gelişmesi her ülkede ekolojik temiz ürün üretimini teşvik etmekle birlikte hem de turizm sektöründe yeni trendler açıyor.
- Azerbaycan'da ekolojik temiz ürün üretimini genişlete bilirsek bu, turistlerin bölgeye ilgisini, aynı zamanda bölgelerin gelişimini hızlandıracaktır.
- Azerbaycan ile Türkiye arasında dostluk ve stratejik işbirliği bölgede yeşil koridorun gelişimini kaliteli etkileyerek genel olarak Güney Kafkasya'nın kültürel bütünleşmesine olumlu etkisini gösterecektir.

Kaynakça

- Azərbaycan qəzeti (2012) Bakıda “Yaşıl iqtisadiyyat” mövzusunda “dəyirmi masa” keçirilmişdir, s. 2.
Mahammad Jabrailov. Влияние человеческой культуры на биосферу в середине века и современное время. Федерация, Москва:Компания Спутник, В 3 выпуска, 2010 с. 43-48
Urхан Ələkbərov, (2015), Yaşıl inkişaf: enerji səmərəliliyi və alternativ mənbələr, s. 12.
Mahammad Jabrayilov. Azərbaycan'la Türkiye Arasındaki Ekonomik ve Politik İlişkilerde Ekoturizmin Perspektifleri. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu. 19-21 Kasım 2015 Kastamonu / Türkiye 2015, s.145.

İnternet kaynakçası

- Azərbaycan Respublikası Prezidentinin rəsmi saytı (2017) İlham Əliyev Avropa Komissiyasının enerji birliyi üzrə vitse-prezidenti ilə görüşüb <http://www.president.az/articles/22882> **erişim tarixi: 23 fevral 2017.**
- Əlövsət Əliyev, (2016), İqtisadiyyatın “yaşılşdırılması” qeyri-neft sektorunun inkişafı baxımından mühüm əhəmiyyət kəsb edir, <http://ict.az/az/news/1602/> **erişim tarixi :03.06.2016.**
- Bakı-Tbilisi-Qars, (2017), <https://ady.az/az/read/index/1/43> **erişim tarixi :15.06.2017.**
- UNEP İstatistikləri (2009) UNEP, UNEP, Annual report, 2009 <http://wedocs.unep.org/handle/20.500.11822/7824?show=ful> **erişim tarixi: 18. 09.2011.**
- United Nations Environment Programme – UNEP (2014) "Of greening" the economy is an important factor to ensure sustainable development <http://www.unep.org/greeneconomy/EventsConferences/tabid/10555/language/en-US/Default.aspx> **erişim tarixi: 04.09.2009**
- environmental governance (2014)"Of greening" the economy is an important factor to ensure sustainable development" <http://www.unep.org/greeneconomy/EventsConferences/tabid/10555/language/en-US/Default.aspx> **erişim tarixi: 04.09.2009**
- SAM- Strateji Araşdırmalar Mərkəzi (2012) “Yaşıl həftə” çərçivəsində Ətraf mühit və Sağlamlıq üzrə Avropa Nazirlər Şurasının 3-cü iclası keçirilib <http://sam.az/uploads/Ya%C5%9F%C4%B1%20inki%C5%9Faf%20enerji%20s%C9%99m%C9%99r%C9%99lilyi%20v%C9%99%20alternativ%20m%C9%99nb%C9%99l%C9%99r.pdf> **erişim tarixi. 20.04.2015.**
- (Electronic journal of environmental Science 2007)Vangelis Vitalis. Agricultural subsidy reform and its implications for sustainable development: the New Zealand experience <http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15693430601108086>; 4(1): 21 – 40 **erişim tarixi: March 2007.**
- Rasim Əluquliyev. İqtisadiyyatın “yaşılşdırılması” davamlı inkişafı təmin edən mühüm amildir. <http://ict.az/az/news/1182/> **erişim tarixi: 30.09.2015.**
- Azərbaycan Respublikası Kənd Təsərrüfatı Nazirliyi, (2012), Yaşıl həftə” layihəsi çərçivəsində Ətraf Mühit və Sağlamlıq üzrə Avropa Nazirlər Şurasının üçüncü iclası keçirilib. www.agro.gov.az/606-knd-tsrrfati-nazrlynn-nmaynd-hey-t-b **erişim tarixi: 09.12.2012.**

AZERBAJCAN'IN ÇOK KÜLTÜRLÜLÜK MODELİNDE SÜREKLİ GELİŞMENİN SOSYAL YÖNÜ

Doç. Dr. Konül GÜNDÜZ KIZI
Azerbaycan Milli Bilimler Akademisi
Elyazmalar Enstitüsü
mehmetsoltanedu@gmail.com

Özet

Tarihin kalkınma dönemlerinde her bir Etnik yaşadığı coğrafyada bazen belirli halklarla birlikte yaşamış bazen dekomşu olarak yaşamağa mahkum olmuştur.

İnsanlık tarihinin belirli şartlar dahilinde manevi, sosyal, politik, siyasi hatta coğrafi bağımlılığa mahkum olmuş *polietnik* toplumlar sosyal hayatın ayrılmaz bölümü olmuştur. Keza bu açıdan son dönemler sık sık başvurulan çokkültürlülük toplum konusu, dünyada yaşanan vatandaş savaşlarının dini tahammülsüz, ırkçılık, ksenofobinin sonuçlarının oluşturduğu sorunları gidermenin en uygun yolu bölgesel ve küresel ölçekte güncel konular gibi gündeme geliyor.

Azerbaycan polietnik devlet olarak asırlarca medeniyetlerin birleştiği yerde yerleşmesi dinler ve medeniyetlerarası anlaşmada esas olmuş, belirli tarihte yarattığı maddi ve manevi medeniyet sistemi sarsılmaz temel üzerinde kurulmuştur.

Dünya ilminde çokkültürlülükle bağlı net ve tek ilmi aktarmaya getiren sonucu elde etmedikçe aşağıdaki sorulara cevap bulmak her zaman güncel olarak kalacak:

1. Çokkültürlülük sadece anlayıştır (bir çoklarının belirttiği gibi), veya kendisinde herhangi bir süreci ifade ediyor.
2. Medeniyetlerarası ilişkilerde çokkültürlülük politikası uyum oluşturma bilir mi?
3. Çokkültürlülük modeli yalnız Batıyı mahsus (Kanada, İsveç)?
4. Batıda ortaya çıkan politik çokkültürlülüğün iflasıyla ilgimi?

Yukarıda belirttiğimiz tüm bu sorular kendisinde bilimsel metodolojik yaklaşım talep eden yanıtlar arıyor.

Yazmış olduğumuz makalemizde bu sorulara daha detaylı yanıtlar vererek, esas dikkatimizi Azerbaycanda çokkültürlülüğün tarihi ve modern gelişmesiyle bağlı konulardan bahsetmeğe çalışacağız.

Sempozyuma sunduğumuz makalede çokkültürlülük değerlerden sürekli gelişmenin esasları gibi bahsediliyor.

Anahtar kelimeler: Çokkültürlülük, Sürekli Kalkınma, İpek Yolu, Azerbaycan, Polietnik.

Social aspect of durable development of Azerbaijan in multiculturalism model

Abstract

In development periods of the history every ethnicity had to live together with or in the neighbourhood with other nations. Along the periods of history of mankind morally, socially, politically, even geographically dependant polyethnic societies were the integral part of social life. From this point of view, frequently discussed multicultural society theme is accepted as the most optimal way of solving the problems derived as a result of civil conflicts, religious intolerableness, racialism, xenophobia on a regional and global scale. As a polyethnic country, placed in a territory where a lot of cultures were combined Azerbaijan played a leading part in mutual understanding between religions and civilizations. Its moral and material cultural systems were established on a firm basis along the history. As the world science can't come to the conclusion about a clear and exact explanation of multiculturalism to find answers to the following questions will keep its actuality.

1. Is Multiculturalism simply a conception (as the most say) or indicates any process in itself? 2. Can the multiculturalism policy make harmony in the intercivilizational relations? 3. Is Multiculturalism model only a Western event (Canada, Sweden)? 4. Are the factors which influence the radicalisation of the society when political multicultural crisis occurs in the west connected with the failure of multiculturalism? All these questions try to find answers depending scientific methodological approach. Partially answering the questions we'll try to give attention to the history and contemporary development of multiculturalism in Azerbaijan. In the article prepared for the symposium multicultural values are observed as the basis of durable development

Key words: Multiculturalism, Durable Development, Silk Way, Azerbaijan, Polyethnic.

1. GİRİŞ

Tarihin gelişme aşamalarında her bir halk yaşadığı coğrafyada belirli halklarla birlikte yaşamış ya da komşu olarak yaşamaya mahkum olmuştur. İnsanlık tarihinin belli şartlar dahilinde manevi, sosyal, siyasi hatta coğrafi bağımlılığa mahkum olmuş polietnik toplumlar sosyal yaşamın ayrılmaz parçasını

oluşturmuştur. İşte bu açıdan son zamanlarda sıkça başvurulmuş çok kültürlü toplum konusu, dünyada yaşanan iç çatışmalarının, dini hoşgörüsüzlüğün, ırkçılığın, ksenofobiyenin sonuçlarının oluşturduğu komplikasyonu gidermenin en doğru yolu olarak bölgesel ve küresel ölçekte güncel mesele olarak gündeme geliyor. Azerbaycan polietnik devlet olarak yüzyıllardır kültürlerin birleştiği mekanda yerleşmekle dinler ve kültürlerarası anlaşmada rol oynamış, tarihler boyu yarattığı maddi ve manevi kültür sistemi sarsılmaz temel üzerine kurulmuştur.

2. Çok Kültürlülüğün Azerbaycan Modelinin Tarihi Yönü

Azerbaycan devlet tarihinin en farklı aşamalarını incelediğimizde bu bölgede yaşayan insanların dostluk, başka dine ve kültüre karşılıklı saygı ilişkilerini yansıtan ne kadar çok olguyla karşılaşmak kolaydırsa, bunun aksini kanıtlayan tarihi olgulara rastlamak bir o kadar zordur. İşte bu tür uzak geçmişten bu güne kadar eşsiz sosyal ilişkiler sistemine sahip olan Azerbaycan'da bu tarihi birliğin asıl değeri idrak edilmelidir. Çok kültürlülüğe şüpheli yaklaşan devletler için böyle bir değer anlaşılmaması ve Azerbaycan tecrübesinin bir model olarak kabul edilmesi çatışma ve çelişkilerin çözüm imkanları aramasını sağlayan ahlakın esas ve önemli yönüdür. Bugün modern dünya biliminde çok kültürlülük çeşitli halkların, dini konfesyoların birlikte yaşamını sağlayan manevi ahlaki değer olarak statüsü ve rolü anlaşılır şekilde belirlenilmemiştir. Dünya biliminde çok kültürlülükle ilgili kesin ve net tek bilimsel anlatıma getiren sonuca ulaşmadıkça aşağıdaki sorulara yanıt arayışları hep güncel olarak kalacaktır:

1. Çok kültürlülük sadece kavramdır (birçoklarının belirttiği gibi), yoksa o kendisinde herhangi bir süreci mi ifade ediyor?
2. Uygarlıklar arası ilişkilerde çok kültürlülük politikası uyum yaratabilir mi?
3. Çok kültürlülük modeli sadece Batıya mı aittir (Kanada, İsveç)?
4. Batıda oluşan politik çok kültürlülüğün krizi durumunda toplumun radikalleşmesine (aşırı) etkileyen faktörler çok kültürlülüğün iflasıyla ilgilidir mi?

Tüm bu sorular kendisinde bilimsel metodolojik yaklaşım gerektiren cevaplar arıyor. Makale kapsamında bu sorulara kısmen cevap vererek, esas dikkatimizi Azerbaycanda çok kültürlülüğün tarihi ve modern gelişimi ile ilgili meselenin üzerinde kurmaya çalışacağız. Bugün ülkemizde birçok milletlerin temsilcileri yaşıyor ve sosyal kültürel sorunlarının çözümü hep devletin gözetimindedir. Bu, Azerbaycan devletinin temelini oluşturan çok kültürlülük ve tolerans fenomenidir.

"Kafkasya'nın koynunda yaşayan Azerbaycan halkı bu eski ve kutsal arazide tesis olmuş, kendisinin yüksek çiftlik hayatını, maddi ve manevi kültürünü oluşturarak dünyanın en eski halklarından biri olarak biliniyordu" (Azərbaycan etnoqrafiyası, 1988, s.5).

İşte bu açıdan zengin maddi ve manevi değerler yaratan Azerbaycan tarihsel gelişmiş, kendisinin manevi psikolojik izine düşerek yüksek gelişme aşamasına gelmiştir. Örneğin, Alibeyzade E, "Üstü muhteşem alem kendi manevi kudretini ve gücünü aşağıdaki hazinelerden" aldığını belirtiyor:

- 1) Eski Sümer - Babil genel kültürünün ulu ve dünya edebiyatının ilk destanı- "Gılgamış";
- 2) Zerdüştlüğün kutsal dini kitaplar külliyatı - "Avesta";
- 3) Zengin yazılı anıtlar- "Orhun ve Yenisey" taş anıtları;
- 4) Destanlar toplusundan oluşan kahramanlık destanı- "Kitab-ı Dedem Korkut";
- 5) Dünya şiirinin büyük ustalarından Nizami'nin "Hamse" si sadece Azerbaycan halkının değil, tüm Türk Dünyasının bu şah eserleri halkımızın manevi aleminin İslam dinine kadar olan esası, temeli mihenk taşı olmuştur. Aslında, Azerbaycanlı karakteri, Azerbaycanlı maneviyatı, Azerbaycanlı onuru bu kök üstünde bitmiş ve yükselmiştir (Əlibəyzadə E. 1998, s.9).

Yukarıda belirtilenlerden belli oluyor ki, dünya için çok kültürlü değerler ne kadar yeni olsa da, Azerbaycan bu değerler sistemine yani, aynı ülkede yaşayan çeşitli halkların kültürel, manevi hayatına saygı gösteren, onların haklarını tanıyan hümanist bakış açısı ve ona uygun politikaları ile bin yıllardır insanlığa örnek gösteriyor. Azerbaycan'ın devlet tarihine baktığımızda, ister eski dönemden, isterse de modern döneme kadar Azerbaycan topraklarında mevcut olmuş devletler, ister XIX XX yüzyıllar aydınlanma dalgası, gerekse Azerbaycan Halk Cumhuriyeti döneminde topraklarında yaşayan diğer etnik halklar ve dini grupların üyelerinin temsilciliği en üst düzeyde çözüm bulmuştur. Tesadüf değil ki,

kültürlerin yakınlaşması ve kavuşmasında belirlenen tarih çok kültürlü geleneği çağdaş Azerbaycan toplumu bu günde yaşam tarzı gibi kabul ederek dünyaya model olarak sunmaktadır.

Örneğin, "Çok kültürlülük ve insan hakları" konusunda insan hakları genel beyannamesinin kabul edilmesinin yıldönümüyle bağlı düzenlenen uluslararası bilimsel toplantıda konuşan M.Cebrayılov yazıyor ki, hoşgörülü toplumda çok kültürlülük, kültürlerin karşılıklı olarak zenginleşmesine, halkları birleştiren kültürün oluşmasına neden oluyor ki, sonuçta bir kültürün diğer kültüre entegre sürecini hızlandırıyor. Dolayısıyla ifade edersek hoşgörü çok kültürlü toplumlarda farklı din ve inançlara sahip olan insanların öyle bir hayat tarzıdır ki, zaten hümanizm, insanlar arasında karşılıklı anlayış, dostluk ve işbirliği mümkün değildir. Azerbaycan'lıların bölgede ve dünyada yaşayan halkların kültürüne, dinine, diline, törelerine hoşgörülü tutumu, hem de ülkede binlerce yıldır oluşan çok kültürlü değerlerin oluşturduğu bir davranıştır (Mahammad C, 2017 s.77-84).

İşte bu açıdan XII yüzyılda Azerbaycan'ın Güneyinde yaşamış Eynelgüzat Miyaneçinin (1099-1131) söylediği fikirler modern hoşgörü idealleri uğruna mücadelede çok iyi bir tarihi kaynaktır. O, İslam kültürünün çiçeklendiği döneme rağmen insanlığı hoşgörüye çağırıyor, tüm dinleri ve kültürleri tek bir organizmanın çeşitli bölümleri gibi kabul ediyordu: "İnsanlık tek bedendir ve eğer tek bir bölümü hastalanırsa, tüm vücut eziyet çekecektir" veya "...ey dost, eğer İsa'ya Hıristiyanların gözüyle bakarsan, Hıristiyan olursun, Musa'ya Yahudilerin gözüyle bakarsan, Yahudi olursun, belki de puta putperestlerin gözüyle bakarsan, putperest olursun" (Əlisa N, 2005, s.136).

Genel olarak bu tarihi yaklaşımdan geline sonuç şudur: Azerbaycan halkının sahip olduğu hoşgörü ve çok kültürlülük değerleri kendi tarihi geçmişinin bugüne getirdiği en büyük manevi zenginliğidir. Hiç kimsede şüphe yok ki, hoşgörülü değerlerden yoksun olan her insan bir başkasıyla "maneviyattan kenar" iletişim kurmaya başlar. İşte bu nedenle kendisinde çok kültürlülük ve tolerans değerlerine sahip olan her bir halk elde ettiği manevi başarılarla göre kendi geçmişine minnettar olmalıdır. Eski döneme ve ortaçağa ait ilk kaynaklardan anlaşılıyor ki, Azerbaycan tarihinde bilimsel, kültürel, siyasi alanlarda çok kültürlülük değerleri geliştiren parlak kimlikler çok olmuştur. Azerbaycan'da çok kültürlülük değerlerin gelişmesinde hizmetleri olmuş tarihi şahsiyetler hakkında yukarıda bilgi verdik ancak bizim belirttiğimiz bilgiler o tarihi şahsiyetler hakkındadır ki, onlar hakkında kamuoyu o kadarda bilgili değil. Bu olgunun kendisi gösteriyor ki, Azerbaycan kamuoyunu yakından tanıdığı tarihi şahsiyetlerle birlikte belli nedenlerden ciddi incelenmemiş seçkin şahsiyetlerin de çok kültürlülüğün gelişmesinde katkıları olmuştur. Öte yandan üç dini dönemden: Zerdüştlük, Hıristiyanlık, İslamdan geçen ve sosyal hayatında çok kültürlülük değerleri sürekli günlük hayatına çeviren Azerbaycan halkının kendi tarihi geçmişinden bugüne taşıdığı hoşgörü geleneği modern dünya için mükemmel bir örnek olarak kabul edilmelidir.

Bu gün Azerbaycanda çok kültürlülüğün halkları birleştiren bir model olarak oluşumunu tarihsel gelişmenin çeşitli aşamalarında aramak gerekiyor. Bilindiği gibi, çok kültürlülüğün bir politika gibi kendi niteliği bakımından hoşgörüyle yoğun bağlıdır. O, çeşitli kültürlerin paralel şekilde yaşamasını kabul eden hoşgörülü toplumun esas özelliklerinden biridir.

Örneğin, "I Şah Tehmasibin ölümünden sonra Safeviler tahtına çıkmış II Şah İsmail devlet adamı olarak faaliyetine din alanında reforma başlaması dikkati özel olarak çekmektedir. Şii ruhanilerin direnişine rağmen, İsmail gelecekte sokaklarda ve şehir meydanlarında Ebu Bekirin, Ömer'in ve Osman'ın açık lanetlenmesini yasakladı... O, Mirze Mahmud Şerifi, Mevlana Mirzecan Şirazi ve Mahmud Lele gibi Sünni din adamları temsilcilerine marhemetler yağırdıyordu" (Əfəndiyev Ə, 1993, s.122)

Görüldüğü gibi Azerbaycan'da hoşgörülü değerlerin teşekkül bulması asırlarca şekillenen manevi olay gibi dikkate alınmalıdır. İşte bu manevi birliğin elde olunması Azerbaycan halkının tarihi geçmişinin bugüne ve geleceğe aktara bildiği en büyük manevi zenginliğidir. Azerbaycan halkının elde ettiği bu çok kültürlü manevi zenginlik hem halkların tarihsel bir yerde huzurlu birlikte yaşaması, hem de kültürel renkliliğin doğal genişlemesi, vahdetin zorlaşması sürecidir. Bugün varılan kanaat ve geline sonuç şöyledi: çok kültürlülüğün yaşaması ve gelişmesinde siyaset belirleyici rol oynuyor. Özellikle terörizm, ırkçılık, yabancı düşmanlığı, dini ayrımcılık, aşırı milliyetçilik gibi insanlığın önünde duran engelleri ortadan kaldırılmasında, küresel çapta öneminin anlaşılması açısından çok kültürlülüğün politikasının kendisini oluşturan noktalardan hakkında konuşmaya mecburuz. Belirtmek gerekir ki, Azerbaycanda çok

kültürlülüğün, tolerans ve dini hoşgörü devlet politikası seviyesinde geliştirilmesinin temellerini ülkenin eski devlet tarihi ve bu geleneklerin gelişmesi oluşturmaktadır.

1633-1639 yıllarında Rusya'nın Azerbaycan'da Safevi hakimiyeti döneminde büyükelçinin Sekreteri olmuş Adam Olearinin yerel halkın birbirine ilişkisinde kayda aldığı ilginç gerçekler çok kültürlülüğün geleneğinin Azerbaycan'da nasıl şekillenmesinde aradığımız sorunun en iyi cevabıdır. Örneğin, A.Oleari kardeş olmak törenini ayrıntılı bir açıklamasını vererek yazıyor: "Onlar (Azerbaycan Türkleri) ve diğerleri (diğer halklar) arasında birbirlerine özel sevgi izhar etmek ve aralarında dostluk kurmak isteyenler kardeş olalım diyorlar. Kardeşlerin ayrıca babaları da olmalı olduğundan, arada kalanların imanı olan ve onlara uygun birini tercih ediyorlar ... bu durumda, bu üç kişi halifenin yanına gider, onun elini öper ve kendi birliklerinin (kardeşliklerinin) belirtisi olarak ondan hayır dua diliyorlar" (Адамом Олеарием. Пер., с нем., П.Барсова. М.: Университетская типография, 1870, 1033 с).

Adam Oleari de bu kardeşliğin kan kardeşliğinden sağlam olduğunu belirtiyor. XVII yüzyılda yaşayan insanların birbirleriyle kardeş olması ve dostlaşması geleneğini kendi gözleri ile görmüş Adam Oleari kendisi farkında olmadan Azerbaycanda şekillenen ve gelişen bu çok kültürlülük değerleri anılarında kaydetmiştir. Şüphesiz ki, Azerbaycan'da çeşitli dönemlerde çok kültürlük geleneklerinin oluşumu ile ilgili çok sayıda örnek verilebilir. Ancak burada öne sürülen amaç çokluğun (insanların) bildiği gerçekleri tekrarlamak değil, çok kültürlülüğün Azerbaycanda şekillenmesinin, gelişiminin ve manevi değere dönüştürülmesinin çeşitli yönlerini aydınlatmaktır. Tüm bu belirtilenlerden şöyle bir sonuca vara biliriz ki, çok kültürlü değerler bir arada yaşayan halkların dış zorlama ilkelerinden koşulsuz bağımsız olarak, genel kültürün yarattığı tarihi manevi sürecin sonucu olarak meydana gelirse, o zaman elde edilen çok kültürlülüğün alternatifi yoktur. İşte bu açıdan çok kültürlülüğün Azərbyacan modeli denince, ülke genelinde çeşitli etno kültürel tarafların huzurlu birlikte yaşaması ve kendi kültürel özelliklerini, yaşam tarzını resmen ifade etmek ve korumak hakkına sahip olması öngörülüyor. Kuşkusuz, öncelikle çok kültürlülüğün önemi hem de ondan oluşuyor ki, sayıları az olan halklar (azınlıklar) kültürel entegrasyonu ortamında büyük halkların kültürel öğelerinden yararlanmak olanakları elde ediyorlar. Tesadüfi değildir ki, çok kültürlülüğün halkın ve devletin laikliğini sağlar, devletin dünyada tanıtılması açısından önemli bir işleve sahiptir. İşte bu açıdan çok kültürlülük değerlerin geliştirilmesi ve entegrasyonu yaratıcılık olanaklarını genişleterek bireyin beşeri önemine özel anlam veriyor, ulusların kültürel bütünlüğünü tamamlayarak, kendisinin belli gelişim aşamasında siyasi entegrasyona bağlantılar ediyor. Çok kültürlülüğün manevi kültür olayı olmanın yanı sıra hem de insanlığın bütün manevi hayatının ayrı ayrı bölümlerinin korunması açısından alternatifi olmayan sosyal bir süreçtir. Bugün küresel dünyada yaşanan sürüşmelerin ve gerilimin azalmasında, medeniyetler arası diyalogun gelişmesinde çok kültürlülüğün önemli etkisi olabilir. İşte bu açıdan çok kültürlülük çok sayıda halkların geleneklerini, alışkanlıklarını genelleme halkın ve devletin uluslararası güvenliğini sağlıyor. Herhangi bir halkın kendi tarihi geçmişinde çok kültürlü değerlerin yokluğu, komşuları ile dayanışmanın olmaması demek, eksik etno kültürel davranış kültürünü oluşturuyor ki, bu da tehlikeli eğilimlere neden olabilir.

İşte bu açıdan Azerbaycan'da dinler arası diyalog ve hoşgörünün dünyanın birçok polietnik bölgeleri için örnek olan özel modeli kurulmuştur. Devlet din ilişkilerinin modern Azerbaycan modeli çerçevesinde, tüm dinler kanun önünde eşit statü almışlardır. Ülke vatandaşlarının büyük çoğunluğunu, dini inanç açısından teşkil eden Müslümanların haklarının korunması, ülke topraklarında yayılan tüm geleneksel dinlere de aynı münasebet, hem de siyasi anlamda siyasi iktidarın tolerans gelişmesi için seçtiği önceliklidir.

3. Azerbaycan'da Çok kültürlülüğün Modern Durumu

Bugün insanlığın var olduğu tarihsel ortam bizim nasıl adlandırmamıza bağlı olmayarak farklı bir aşamaya girmiştir. Bu tarihi ortamın çağdaş özelliği şudur ki, küresel çapta etkisi hissedilen dinler, devletler, uluslar ve kültürler arasında mevcut olan karşılıklı ilişkiler kalite değişikliğine uğramıştır. Örneğin, ABD'nin çok kültürlülük politikasında bir yandan göçmenlerin Amerikan toplumunun değerlerini kabul etmesini, diğer yandan ise etnik ve ırkçı aşırılığını önleyen ek mekanizmaların oluşumu gibi bu toplumda etno kültürel benzerliğin yetersizliğini görüyoruz.

Rusya Federasyonu Devlet Duması uluslararası Konular Komitesinin üyesi Leonid Slutski "Çok kültürlülüğün sorunları ve modern Rusya'nın siyasi tecrübesi" adlı makalesinde yazıyor ki: "...en büyük" eritme potası"olarak algılanan ABD hakkında ekleme olarak bir şey de belirtmek isterim: Avrupa'nın uluslararası politikaları için daha çok has olan sosyal etki aletleri vardır, örneğin, bunlardan biri 60'lı yıllarda uygulanan ve sadece bir nesil için planlanmış, eğitim kurumlarına ve işe almada azınlıklara belirli haklar veren affirmasyondur (affirmation). Bu programın uygulanması nedeni toplumdaki eşitsizliğin Afroamerikalıların gelişme temposunun beyaz derili nüfustan geri kalması ve küçük bir "hızlandırma" nın onları beyazlarla aynı düzeye çıkarabilmesi, bundan sonra projenin durdurulabileceği davasından ileri geliyordu" (Multikulturalizm: Nailiyyətlər və problemlər, Beynəlxalq humanitar forumun materialları, 2011).

İşte bu açıdan çok kültürlülük geleneğine sahip olmayan batı ülkelerinde çeşitli din ve kültürlerin taşıyıcıları çoğunluğunun büyük şehirlerde yerleşmesi bazen "kultur şok" etkisi yaratabilir. Fakat, Azerbaycan çok kültürlülüğü devlet politikasında öyle araçlarla düzenleniyor ki, o, kültürel çoğulculuğu kabul eder ve onun gelişmesine ortam hazırlar. Bu, siyaset ülke nüfusunun etnik ırk ve din çeşitliliğine bağlı olmaksızın, onların hepsinin hak ve özgürlüklerine saygıyla doğrudan bağlıdır. Sosyal hayatın tüm bölümleri gibi, kültürler arası ilişkilerin kurulması, gelişmesi ve kalkınmasına hukuki düzenleme Azerbaycan'ın devlet politikasında yer bulmuştur. İşte bu bakımdan Türkiye'de her vatandaş kendi kültürünü, dilini, geleneğini, etnik ve dini değerlerini geliştirmek, ana dilinde okul açmak, gazete ve dergi yayınlamak alanlarında eşit haklara sahiptir. Şüphesiz gereğince hukuki düzenlemenin yardımıyla etkileşim ve ilişkilerde denge, eşitlik ve karşılıklı anlayış tüm açıklığıyla yansıtılıyor.

Birçok araştırmacıların düşüncelerine göre çok kültürlülüğün politikası ülkede yaşayan diğer halkları asimile eden "siyasi araçtır". İşte bu açıdan Azerbaycan ona göre farklı özelliğe sahiptir ki, ülkede kültürel ortam ta eskilerden, uzun yüzyıllar boyu çeşitli kültürlerle, farklı dinlere açık olan bir ortam olarak oluşmuştur. Her toplumda şekillenen birlikte yaşama prensipinin temelini oluşturan hoşgörü geleneği bu aşamada çatışma ve uyumsuzlukları gidermenin mekanizması olarak görüyor. Azerbaycan'ın dünya ülkelerine sunduğu çok kültürlü model halkların dostluk ve iyi şartlarda beraber yaşamasını sağlayan modeldir. Çok kültürlülüğün Azerbaycan modeli denince: burada yaşayan halkların yüzyıllardır kendi kültürlerini nasıl koruyup muhafaza etmişlerse bu günde aynı sürecin devamı öngörülüyor.

Örneğin, Azerbaycan'da yaşayan ulusal azınlıkların başkent Baküde yirmiden yukarı çeşitli kültürel topluluklar faaliyet göstermektedir. Bunların arasında: Rusların, Avarların, Ukraynalıların, Tatarların, Avrupa ve Dağ Yahudilerinin, Gürcü Yahudilerinin, Kürtlerin, Lazların, Lezgilerin, Slavyanların, Tatların, Gürcülerin, İngiloyların, Talışların, Rumların, Almanların, Ahıska Türklerinin, toplumları vardır. Belirtilen toplumların sadece başkentte değil etnik azınlıkların toplu şekilde yaşadıkları diğer idari birimlerinde de faaliyetleri mevcuttur.

Öte yandan Azerbaycan devletini oluşturan etnik Azerbaycanlılardan ve otuza yakın ulusal azınlıklardan: Tatlar, Hınalıklar, Lezgiler, Talışlar, Udinler, İngiloylar, Grızlar, Butikler ve diğerlerinden oluşmuştur. Bu halkların tarihen Azerbaycan'dan başka vatanları olmamış ve bu nedenle polietnik Azerbaycan vatandaşları adlandırılıyor. Bu milletlerden başka ülkemizde kendi tarihi vatanları olan Ruslar, Ukraynalılar, Belaruslar, Kürtler, Yahudiler, Rumlar, Almanlar, Tatarlar ve başkaları yaşıyor. Azerbaycan'da tarihsel şekillenen çok kültürlü gelenek diğer ülkelerle karşılaştırıldığında farklı özelliğe sahiptir.

Örneğin, Azerbaycan'da düzenlenen III Bakü Uluslararası İnsani Forumda (İnsani Forum) konuşan Bulgaristan'ın eski diplomatı İvan Palçev yazıyor: "90 yılların başlarında Avrupa girişimcilerinin çoğu sorunca Balkanlar'daki etnik çatışma nerede başlamıştır, cevap alıyorlardı: "Bulgaristan'da "etnik gerilimin derecesi o zaman bizde çok yüksekti. Buna neden sekseninci yılların ortalarında Bulgaristan'ın dönemin yönetiminin bizim Müslümanların Arap Türk kökenli isimlerini Slav isimlerine değişimiydi. Onlara kendi dillerinde konuşmak yasaklanmıştı. Ama şu anda bile birçokları ana dillerinde konuşuyorlar. Gerçi, bu olay ne kadar garip olsa da, örneğin, iki Müslüman gidiyor ve kendi aralarında Türkçe konuşuyorlar, bu durumu gören güvenlik güçleri (polisler) Türkçe konuşanları tutuklar ve ceza keser. Müslümanlara camilerde kendi ibadetlerini etmeyi yasakladılar. Genel olarak, durum ağırlaştırılmış ve

1989 yılında kendisinin en üst (pik) noktasına ulaştı. Bu zaman toplu grevler ve yürüyüşler başladı. Durumu kontrol altına saklamak için komünist hakimiyeti dört yüz bin Türk vatandaşını bizim cumhuriyetten kovdu" (В.Б.Игнатъева, 2013, s.180).

Yukarıda İvan Palçevin de belirttiklerinden anlaşılıyor ki, hatta dünyanın kültürel merkezi olan Avrupa'da bile çok kültürlülüğün gelenekleri çeşitli değer ve yaklaşımlarla karakterize ediliyor. İşte bu açıdan çok kültürlü değerlerin oluşumu ve gelişimi dünyanın kültür potansiyelini çeşitli ülkelerde farklı şekillerde etkiliyor. Örneğin, Avrupa'nın çeşitli devlet adamlarından İngiltere'nin, Almanya'nın, Fransa'nın devlet başkanlarının çok kültürlülüğün sekteye (iflasa) uğraması hakkında fikirleri şunu gösteriyor ki, bu ülkelerde çok kültürlü değerlerin gelişmesi Azerbycanın yarattığı çok kültürlü değerlerden farklıdır. Görüldüğü gibi çok kültürlülüğün çeşitli ülkelerde farklı sonuçlara yol açması her bir halkın yarattığı kültürel bütünleşme eğilimlerinin çok kültürlü değerlere tepkisinden bağlıdır. İşte bu açıdan Avrupa'da göçmenlerin, mültecilerin istekleri temelinde şekillenen çok kültürlülüğün politik sistemin istenilen kararının sonucu iflasa uğruyor.

Örneğin, "Almanya, Fransa, ardından da İngiltere'nin geri çok kültürlülük politikasının iflasa (sekteye) uğramasını beyan etmesi, daha sonra dışarıdan ülkeye giriş şartlarını sertleştiren kararların alınması işte ırkçılığı ve ksenofobiyayı güçlendiren bir faktördür. Bu durum özellikle Kuzey Afrika ülkelerinden olan mültecilere aittir. Aslen Tunus'tan olan binlerce göçmen İtalya'dan Fransa'ya giriş yapmaya çalışıyordu ancak Fransız hükümeti hiçbir belgeye bakmadan trenleri sınırda tutmaya başladı, bu zaman yolculara karşı ileri sürülen talepler sırf ekonomik bir nitelik taşıyordu. Onların beşinci ülke topraklarında kendilerini tatmin etmeye yetecek kadar maddi imkanlara sahip olduklarını doğrulamaları gerekiyordu" (Alfio Mongelli, 2013, s. 119).

Tüm bu belirtilenler onları gösteriyor ki, çok kültürlülüğün sekteye (iflasa) uğradığı zaman onun yerini aşırıçılık eğilimli yapılar tutmaya başlar. Böyle radikal (aşırıçılık) bakışları önleyen en etkili ideolojik araç, kanatimizce toplumda farklılığın (renkliliğin) saklanması gerçekleştirilen çok kültürlü modelin gelişmesini sağlamaktır.

İşte bu açıdan çok kültürlülüğün Azerbycan modeli çeşitliliğin öyle bir genel topluluğudur ki, burada her kültür kendi kişisel onuru ve özel değerlerini saklayarak diğer kültürlerle çatışma ortamından kenarda karşılıklı etkinlikte oluyor. Çok kültürlülüğün kendiliğinde küçük halkların ruhunu zenginleştiriyor, insanın ve tüm toplumun genel refahının temel dayanaklarından biri gibi temsil ediyor. Kendi etnik kültürünü idrak etmekle beraber başka kültüre saygılı halklar çok kültürlü değerler kazanır ve onu zaman zaman geliştirerek yarattığı kültürü genel kültürün bir parçası olarak kabul ediyor.

1971 yılında Kanada'da resmi ideoloji durumu alan çok kültürlülüğün daha sonra dünya ülkelerinde hızla yayılması sorunun tüm ülkeler için öneminden haber veriyordu. Uzun yıllar geçmesine rağmen, dünyada bu alanda rahatsızlık için esas oluşuyor çünkü çok kültürlülük olmayan ortamda etno kültürel ister istemez tepkisi çatışmalara yol açarak, mevcut kültürün mahiyetine ve şeklini de etkiliyor. Bugün ise endişeye neden olan şartların derinleşmesi soruna daha ciddi bir yaklaşım gerektiriyor. İşte bu açıdan modern dünyanın hem de gerçekliği şudur ki, küreselleşme eğilimi en farklı kültürlerin birbirine "baskısı" nı daha da artırmıştır. Oluşmakta olan küresel kültür tipinde politik çok kültürlülüğün ülkelerin kültürel çeşitliliğinin gelişmesine engel olmasına değil, onların kültürel manevi servetine dönüşmesinde gerekli etki aracı olarak ele alınmalıdır.

4. SONUÇ

Tüm bu belirtilenlerden şu sonuca vara biliriz ki, çok kültürlü değerler bir arada yaşayan halkların dış zorunluk ilkelerinden koşulsuz bağımsız olarak, genel kültürün yarattığı tarihi manevi sürecin sonucu olarak oluşuyorsa, o zaman elde edilen çok kültürlülüğün alternatifi yoktur. Diğer yandan üç dini dönemden - Zerdüştlük, Hıristiyanlık, İslamdan geçen ve sosyal hayatında çok kültürlü değerleri sürekli hayat tarzına dönuşen Azerbycan halkının kendi tarihi geçmişinden bugüne taşıdığı hoşgörü geleneği modern dünya için mükemmel bir örnek olarak kabul edilmelidir.

Kaynakça

Azərbaycan etnoqrafiyası: 3 cildə, 1-ciild. Bakı, Elm, 1988, s.5.

Əlibəyzadə E. Azərbaycan xalqının mənəvi mədəniyyət tarixi /islamaqədərki dövr/. Bakı, Gənclik, 1998, s.9.

Cəbrayıllov M.“Azərbaycanın multikulturalizm modelinin sosial-siyasi əsasları: tarixilik və müasirlik” Bakı şəhərində 10 dekabr 2016-cı ildə “Beynəlxalq Multikultural Şəbəkə”, “Azərbaycan Su Təsərrüfatı İşçiləri Həmkarlar İttifaqı Respublika Komitəsi”, “Azərbaycan Əmək və Sosial Münasibətlər Akademiyası”, “Yeni Azərbaycan Gənclər Birliyi”, “Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Fəlsəfə İnstitutu”, “Azərbaycan Respublikası Prezidenti yanında Bilik Fondu”, “The Prisma” Beynəlxalq Multikultural Qəzet” və “Cordan Təhsil Mərkəzi” tərəfindən təşkil olunmuş “Multikulturalizm və insan haqları” mövzusunda İnsan Hüquqları üzrə Ümumi Bəyannamənin qəbul edilməsinin ildönümünə həsr edilmiş beynəlxalq elmi konfransın materiallarına həsr olunmuş jurnal. Bakı: 2017 s.77-84.

Əlisa N. "Müdrilik məbədi". Bakı, 2005, s.136.

Əfəndiyev O.Ə.Azərbaycan Səfəvilər dövləti. Bakı,1993,s.122

Подробное описание путешествия голштинского посольства в Московию и Персию в 1633, 1636 и 1639 годах, составленное секретарем посольства Адамом Олеарием. Пер., с нем., П.Барсова. М.: Университетская типография, 1870, 1033 с.

İnternet kaynakçası

Multikulturalizm: Nailiyyətlər və problemlər (Beynəlxalq humanitar forum 2011) bakuforum.az/az/archive/forum

Т.В.Попкова. Кооперация как актуальная стратегия в условиях глобализации и расширения мультикультурализма. Bakı Beynəlxalq Humanitar Forumunun materialları (31 oktyabr – 1 noyabr 2013-cü il). – Bakı: “ŞərqQərb”, 2014. 2 cildə, I cild. – 368 səh. s.266. <http://bakuforum.az/wp-content/uploads/2015/02/book2.pdf>

Alfio Mongelli. The artist: originality and multiculturalism. materials of the baku international humanitarian forum 31 October – 1 November 2013 s.119 <http://old.bakuforum.az/wp-content/uploads/2014/11/Forum-2013-kitab-I-cild-mobile.pdf>

YÖNETSEL BİR OLGU OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM: KASTAMONU'DAKİ YEREL YÖNETİM VE SİVİL TOPLUM KURULUŞLARININ GÖRÜŞLERİ

Şükran Buse KARASET
Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
busekaraset@gmail.com

Arş. Gör. Emrah YAŞARSOY
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği
eyasarsoy@kastamonu.edu.tr

Özet

Turizmin, günümüz dünyasında önemli bir endüstri olduğu hemen herkes tarafından bilinmektedir. Özellikle döviz girdisi sağladığından dolayı, ülkeler bu getiriyi arttırma noktasında farklı arayışlar içerisine girebilmektedir. Bu durumda, sürdürülebilir turizm kavramı daha da bir önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sürdürülebilir turizm kapsamında, Kastamonu'nun sahip olduğu çeşitli turizm türlerinin daha etkin kullanılabilmesi ve pazarlanabilmesi noktasında Kastamonu'daki yerel yönetim kurumlarının ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının bu konudaki görüşlerinin alınması ve buradan yola çıkarak bazı önerilerde bulunulmasıdır. Araştırmanın evrenini Kastamonu şehir merkezindeki yerel yönetim kuruluşları ve sivil toplum örgütleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme kısmında ise, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden olan amaçlı örnekleme, diğer adıyla yargısal örnekleme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden olan 12 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış mülakat türü uygun görülmüştür. Mülakatlar, ilgili kurumlarla yüz yüze görüşme tekniğiyle yapılmıştır ve elde edilen veriler betimsel araştırma yöntemi ile çözümlenmiştir. Araştırmanın sonucunda, katılımcılar Kastamonu'nun sürdürülebilir turizmine yönelik sorunlarını dile getirmişlerdir ve bu konuda bir ana planın oluşturulması gerektiğini önermişlerdir. Bunun yanında, gerekli altyapı ve üstyapı iyileştirilmelerinin de gerekliliği dile getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Yerel Yönetimler, Kastamonu.

SUSTAINABLE TOURISM AS A MANAGERIAL FACT: OPINIONS OF LOCAL ADMINISTRATION AND NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS IN KASTAMONU

Abstract

Tourism is known as an important industry by almost everyone in today's world. Particularly because of the foreign exchange inflows, countries may seek different ways to increase this return. In this case, the concept of sustainable tourism gains even more importance. The aim of this study is to get the opinions of the local government institutions and related NGOs in Kastamonu at the point of being able to use and market various types of tourism that Kastamonu has in the scope of sustainable tourism and make some suggestions from this point. The universe of the research is composed of local government organizations and non-governmental organizations in Kastamonu city center. In the sample part of the research, purposeful sampling –also known as judgement sampling technique- which is one of the sampling methods that are not based on probability is used. In the study, semi-structured interview type –one of the qualitative research methods- consisting of 12 questions is seemed appropriate. Interviews are conducted with face to face interviews by relevant institutions and the obtained data are analyzed by descriptive research method. As a result of the research, participants expressed their concerns about sustainable tourism of Kastamonu and suggested that a master plan should be established in this regard. Additionally, the necessity of improving the essential infrastructure and superstructure is also emphasized.

Keywords: Sustainable Tourism, Local Governments, Kastamonu.

GİRİŞ

Emek-yoğun sektörlerden olan turizm sektörü hem kendisine hem de diğer sektörlere ekonomide gitgide daha fazla katkı sağlamaya başlamıştır. Bu katkılar neticesinde; turizmin uluslararası boyutlara ulaşması ve bununla birlikte sektörün problemlerinin evrensel genişlemesi olarak iki sonuç ortaya çıkmaktadır (Emekli vd., 2006; Artun ve Akbulut, 2015). Turizm ve çevre konusunu birlikte incelendiğinde meydana gelen doğa olayları turizme etki edebileceği gibi ekonomik kalkınmada da tartışmalara yol açmaktadır. Böylelikle sürdürülebilirlik kavramı önem kazanmaktadır (Gössling vd., 2010).

Turizm sürdürülebilirliğinin olabilmesi için mikro düzeyden makro düzeye iş birliğinin artırılması gerekmektedir. Turizmde sürdürülebilirlik iki farklı temelde incelenmektedir. Bunların birincisi sürdürülebilir turizm kavramı iken diğeri de turizmde sürdürülebilirliktir. Sürdürülebilir turizmde ekonomik açıdan yaklaşırken diğeri kavram olan turizmde sürdürülebilirlik ise turizmin bir parçası olan kalkınma politikaları olarak yaklaşır (Berno ve Bricker, 2001; Artun ve Akbulut, 2015). Genellikle eş anlamlı olarak kullanılan bu iki kavramın farklılıklarını UNEP ve UNWTO ‘nun 2005 yılında yayınladığı “Turizmi Daha Sürdürülebilir Kılmak: Politika Yapıcılar İçin Bir Rehber” adlı raporunda açıklanmaktadır (UNEP ve UNWTO, 2005; UNWTO, 2013).

Sürdürülebilirlik ilk kez 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonunun raporunda ortaya çıkmış olup kaynakların hızlı ve fazla tüketilmeden kullanılması gerektiği belirtilmiştir. Bu sebeple ekonomik anlamda kalkınma politikalarının çevreye olan etkileri tartışılmaya başlanmıştır (Kaypak, 2011). Turizmde sürdürülebilir anlayışın geliştirilebilmesi ve uygulanabilmesi için paydaşların iştiraki ve koordinasyonu gerekmektedir. İştiraki gerçekleştirmek adına yönetsel kavramın ortaya konması gerekmektedir. 2013 UNWTO verilerine göre yönetsel aktörler; turizm bakanlıkları, özel sektör temsilcileri, Sivil Toplum Kuruluşları, ilgili bakanlıklar, yerel yönetim temsilcileri şeklinde belirtilmiştir. Bu aktörlerin görevleri içerisinde sürdürülebilir turizmi geliştirmek için gerekli uygulamaları planlamak, düzenlemek, çeşitlendirmek ve yönlendirmek şeklinde sıralamak mümkündür.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Sürdürülebilir kelime anlamı Latince “subtenir” dan gelmekte ve “korumak” anlamını taşımaktadır (Özmehmet, 2012). Birçok araştırmacıya göre sürdürülebilirlik kavramı farklı şekillerde ifade edilmekte fakat sonucunda “ekonomi, çevre ve toplum” üçlüsü ortaya çıkmaktadır (Bulut, 2015). Birbirinden farklı alanlarda sürdürülebilirlik kavramı oldukça önemlidir. Bütün alanların amacı geleceğe iyi bir şeyler bırakmak ve insan ihtiyaçlarını karşılayabilmektir. Bu bağlamda sürdürülebilirlik kavramının temelinde insan-çevre ilişkisi yatmakta olduğundan bu ikiliyi inceleyen tüm sahalarda sürdürülebilirlik kurallarına göre hareket etmektedir (Kocaboyun, 2009; Bulut, 2015).

Sürdürülebilirlik kavramının en çok tartışıldığı nokta ülkelerin ekonomisine büyük katkı sağlayan ve hızla büyüyen turizm sektörü olarak belirtilmektedir. Bunun sebebi ise çevresel olayların turizmi yakından ilgilendirmesi ve hizmet vermek adına önemli bir yere sahip olmasıdır (Can, 2008). Bununla birlikte doğal ve kültürel kaynaklarla bütünleşik olması ve doğal kaynakların yıpranmaması ve geliştirilmesi turizm açısından önemlidir. Bu kaynakların bulunmadığı yerde turizmden söz edilememekte ve sürdürülebilirlik kavramı büyük önem taşımaktadır.

Turizm denildiğinde akla ekolojik sistem geldiği için sürdürülebilir kavramı da bu sistemin en az hasarla ve tükenmeden devam ettirilebilmesi şeklinde mümkündür (Sezgin ve Karaman, 2008). Turizm sektörünün de sürdürülebilirliğe uygun olabilmesi için fiziksel ve doğal çevre arasında ilişki doğru bir şekilde ele alınmasıdır (Mercan, 2010). Sürdürülebilir turizm bir bölgenin gelecek nesillere daha iyi bir çevre bırakmak adına çevresel kaynakların korunması, planlanmasını sağlayan politika ve yönetim ilkelerini de içerisinde barındırmaktadır (Hunter, 1997). Çevre ve doğal yapıların korunması için birtakım uygulamaların özümsemesi gerekmektedir. Bu durumda bazı sürdürülebilir turizm maddeleri ortaya çıkmaktadır (Uğur, 2015):

- Çevrenin ve turizm yapıtlarının gelecek nesillere en az hasarla aktarılabilmesi için projeler düzenlenmeli,
- Sadece kendisi ile kalmayıp diğer sektörler ile iletişimde olmalıdır,
- Yerel halka önem verilmeli ve yerel halk üzerinde baskı uygulanmaması gerekmektedir.

Sürdürülebilir turizmin sadece çevreyi koruduğu düşünülse de aslında ekonomik getiri, toplumsal ve kültürel kalkınma açısından oldukça önem taşımaktadır (Gülhan, 2007). Ekonomik getiri sayesinde hem kendisine hem de diğer sektörlere istihdam fırsatı yaratmaktadır. Sürdürülebilir turizm için gerekli uygulamalar yapıldıktan sonra elde edilen olumlu yönler;

- Turizmin rolünün anlaşılması,
- Ekonomiye faydalı olması,
- İstihdam imkânı sağlaması,
- Turizm ve birbiri ile bağlantılı yan sektörleri bir arada tutarak karar alma mekânizması konusunda ortam oluşturur,
- Tarihi yerlerin korunması için maddi imkân sağlaması,
- Çevrenin tahrip edilmesini önlemek,
- Yerel halka değer vererek farklı kültürler tanıtmaktır (McIntyre, 1993).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre; sürdürülebilir turizm ilerleyen zamanlarda turizm gelişimi açısından halk ve turistin ihtiyaçlarını karşılamaktır. Bu uyum öncelikli olarak ekolojik sistemi, biyolojik türleri ve hayati olayları destekler iken maddi, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanması için bütün kaynakların yönetilmesidir (McKercher, 2003; Kervankıran, 2011).

SİVİL TOPLUM KURULUŞLARI

Sivil Toplum Kuruluşları (STK) resmi kurumlar dışında çalışan, kar amacı gütmeyen, resmi kurumlar ile yerel halk arasında köprü görevi gören, gönüllü işler yapan ve gelirlerini bağışlayan kuruluşlardır (Özmutaf, 2012). Bu sebeple de turizm sektöründeki önemi günden güne artmakta olup, turizm yatırımları, politikaları, planlamalar ve eğitimler gibi önemli fonksiyonlara sahiptir (Harman, 2014).

STK'lar esnaf ve sanatkârlar odası, sendika, vakıf ve dernek adı altında faaliyet göstermektedir. Vakıf ve dernekler topluma yarar sağlamak adına kurulmuş kuruluşlardır. Bu kuruluşların en çok dikkat çeken yanı ise yerel ölçekte yer almasıdır. Yerel ölçekte yer alan kuruluşlar ile birlikte vakıflarında çalıştığı gözlemlenmiştir. Yerel yönetimin bu kuruluşlara sağladığı imkânlar dâhilinde sürdürülebilir turizm kapsamında bakıldığında iyi bir yönetim için STK'lar devreye girebilmektedir (Artun ve Akbulut, 2015).

Sürdürülebilir turizm için STK'lar devreye girdiğinde iki etmen ile karşı karşıya kalınmaktadır. Bunlardan birincisi, birden çok düşüncenin ve paydaşların olması (Panyık, 2015), ikincisi ise turizm sektörünün sektörel yapısındaki karmaşıklıktan dolayı sürdürülebilir turizm için faydalı olabilecek paydaşların bir araya gelmesini zorlaştırmaktadır (Adiyia vd, 2015).

YÖNTEM

Araştırmanın Konusu, Kapsamı, Amacı ve Önemi

Araştırmada, çalışmanın konusu olarak 'Kastamonu ilinin sürdürülebilir turizm konusunda yerel yönetim ve sivil toplum örgütlerinin görüşlerinin alınması' tercih edilmiştir. Araştırmanın kapsamı Kastamonu şehir merkezindeki yerel yönetim kurumları ve ilgili sivil toplum örgütleridir.

Bu çalışmaya, Kastamonu'daki yerel yönetim kurumlarının ve turizmle ilişkilendirilebilecek sivil toplum örgütlerinin sürdürülebilir turizm noktasındaki görüşlerinin neler olduğu sorusu sorularak başlandı.

Bir çalışmanın amacı, herhangi bir araştırmanın sonucunda ortaya çıkabilecek olan bulgulardır (Küçük, 2014). Bu çalışmanın amacı ise sürdürülebilir turizm kapsamında, Kastamonu'nun sahip olduğu çeşitli turizm türlerinin daha etkin kullanılabilmesi ve pazarlanabilmesi noktasında

Kastamonu'daki yerel yönetim kurumlarının ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının bu konudaki görüşlerinin alınması ve buradan yola çıkarak bazı önerilerde bulunulmasıdır. Çalışma, hem turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin hem de diğer paydaşların var olan potansiyeli kullanabilmeleri ve bundan etkin bir biçimde yararlanabilmeleri açısından önemlidir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Kastamonu şehir merkezindeki yerel yönetim kuruluşları ve sivil toplum örgütleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, olasılığa dayalı olmayan örnekleme yöntemlerinden olan amaçlı örneklem, diğer adıyla yargısal örneklem tekniği kullanılmıştır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden olan görüşme tekniği uygulanmıştır. Artun ve Akbulut (2015) tarafından "Yönetimsel Bir Olgu Olarak Sürdürülebilir Turizm: Fethiye'deki Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşlarının Görüşleri" isimli çalışmada kullanılan görüşme formundan yararlanılmıştır. Bu tür nitel araştırmalarda kullanılacak mülakatın türü belirlenirken, sorulması planlanan soru biçiminin ve elde edilmesi umulan cevapların önemsenmesi gerekmektedir (Berg, 2007: 98, Artun ve Akbulut, 2015).

Kastamonu'da sürdürülebilir turizm noktasında yerel yönetim kurumlarının ve sivil toplum örgütlerinin konuya ilişkin fikirlerini ve Kastamonu'da bu konuda görüş birliğinin olup olmadığını tespit etmek amacıyla 12 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış mülakat türü uygun görülmüştür. Sorular UNEP ve UNWTO (2005)'un belirlediği sürdürülebilir turizmle varılması planlanan hedefler kapsamında hazırlandığı için, sorulara verilen cevaplara göre ekstra soru sorma gereksinimi doğacağı için bu mülakat türü tercih edilmiştir (Artun ve Akbulut, 2015).

Mülakat soruları Kastamonu şehir merkezindeki yerel yönetim kurumları ve turizmle alakalı sivil toplum örgütlerindeki yetkili kişilere uygulanmıştır. Bu doğrultuda, Kastamonu Belediyesi, Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Ersizlerdere Yardımlaşma, Dayanışma, Eğitim ve Ekoturizm Derneği, KASTOD (Kastamonu Turizm ve Otelciler Derneği), KOSGEB Kastamonu (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı), Vakıflar Bölge Müdürlüğü, Kastamonu Kalkınma Vakfı, KUZKA (Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı) ve KESOB (Kastamonu Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği) ile görüşülmüştür. Mülakatlar, 2017 yılı içerisinde, nisan ve mayıs aylarında gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada öncelikle yönetsel bir olgu açısından sürdürülebilir turizm kavramının ne olduğu ve niçin gerekli olduğu konuları ele alınmıştır. Sonrasında, kavramsal açıdan yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları tanımlanmıştır. Mülakatlar, ilgili kurumlarla yüz yüze görüşme tekniğiyle yapılmıştır ve elde edilen veriler betimsel araştırma yöntemi ile çözümlenmiştir. Betimsel araştırmalar, mevcut durumu elden geldiğince dikkatli ve eksiksiz bir biçimde tanımlayan araştırmalardır (Büyüköztürk vd., 2008, 19). Bu verilerden hareketle, Kastamonu'da sürdürülebilir turizm ile ilgili önerilerde bulunuldu.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Kastamonu'daki yerel yönetim kurumları ve sivil toplum kuruluşları ile yarı yapılandırılmış soru formu kullanılarak derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Burada verilen yanıtlar:

- Sürdürülebilir turizmin bir turizm çeşidi olarak görülüp görülmediği,
- Kastamonu ilinin sürdürülebilir turizm konusundaki sorunları,
- Kastamonu'da sürdürülebilir turizm ile neyin amaçlandığı,
- Kurumların turizmin ekonomik sürekliliğine katkılarının olup olmadığı,
- Turizmin Kastamonu'da refahı artırıp arttırmadığı,
- Kastamonu'ya gelen turistlerin yaptıkları harcamadan yerel halkın yeterince pay alıp almadığı,
- İlde turizm kaynaklı harcamalardan elde edilen kazancın dışarıya gidip gitmediği,
- Turizm sektöründeki hizmet kalitesinin artırılması gerekip gerekmediği,
- Gelen turistlerin memnuniyet düzeyinin ne durumda olduğu,

- Kastamonu'ya gelen turistlerin en çok nelerden şikâyetçi oldukları,
- Turizm konusunda alınan kararlarda kurumlara danışılıp danışılmadığı,
- Turizm sektöründeki kaynakların verimli kullanıp kullanılmadığı şeklinde incelenmiştir.

Tablo 1'de de görüleceği üzere, "Sürdürülebilir turizmi, turizm çeşidi olarak mı görüyorsunuz? Nedenini lütfen aşağıda belirtiniz." sorusu sorulduğunda;

- 6 katılımcının 'Evet', 4'ünün ise 'Hayır' cevabını verdiği bu soruda;
- Eko-turizm, mağara turizmi ve dini turizmin sürdürülebilir turizm çeşidi olarak görüldüğü;
- Sürdürülebilir turizmin bir turizm çeşidi olmaktan ziyade bunun zaman, mekân ve kitle olgusunu yönetecek bir proje olduğu;
- Doğal mirasın gelecek nesillere aktarılması açısından önemli olduğu;
- Yerel yaşam hayatı, yaban hayatı ve yerel kültür bakımından bunun önem taşıdığı olguları öne çıkmıştır.

Tablo 1. Sürdürülebilir Turizm

Kurumun Adı	Verilen cevap	Nedeni
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Evet	<i>-Eko turizm, mağara turizmi ve dini turizm gibi turizm türlerinin sürdürülebilir turizm açısından gelir kaynağıdır.</i>
Kastamonu Belediyesi-1	Hayır	<i>-Turizmin çeşitliliğinin sürdürülebilir olması adına bazı etkenler vardır ve bu etkenler çeşitlilik arasında değildir.</i>
Kastamonu Belediyesi-2	Hayır	<i>-Bir turizm çeşidi olmaktan ziyade turizmin zaman, mekân ve kitle olgularını yönetecek bir projedir.</i>
KASTOD	Hayır	<i>-Bir çeşit değil de turizmin tam kendisidir. Sadece ekolojik olarak değil ekonomik ve sosyolojik unsurlar da sürdürülebilir olmak durumundadır. Yarının turizm planlamasını yapmak bir gerekliliktir.</i>
Ersizlerdere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	Evet	<i>-Sürdürülebilir turizm ile birlikte yöre kalkınır, gelenek-görenekler korunur, ekonomik girdi sağlanır, halk bilinçlenir.</i>
KUZKA	Hayır	<i>-Sürdürülebilirlik bir ilkedir ve her tür için geçerlidir.</i>
Kastamonu Kalkınma Vakfı	Evet	<i>-Doğal mirasımızın gelecek nesillere aktarılması için önemlidir.</i>
KESOB	Evet	<i>-İlin kalkınmasında önemli bir etkidir. Örneğin; Safranbolu.</i>
KOSGEB	Evet	<i>-Yerel yaşam alanları, yaban hayatı ve yerel kültürün içinde birey kendini rahat hisseder.</i>
Vakıflar Müdürlüğü	Bölge Evet	<i>-Turizm sektörünün gelişiminde en önemli unsurlardan biri olduğu için.</i>

* Sürdürülebilir turizmi, turizm çeşidi olarak mı görüyorsunuz? Nedenini lütfen aşağıda belirtiniz.

Tablo 2'de ayrıntıları yer alan, "Sizce Kastamonu'nun sürdürülebilir turizm konusundaki temel sorunları var mıdır? Cevabınız evet ise sorunların neler olduğunu lütfen aşağıda belirtiniz." sorusu sorulduğunda;

Katılımcıların hepsi "Evet" cevabını verdi. Şu noktalar ön plana çıktı:

- Halkın ve idarecilerin yeterince o konuda bilinçli olmaması,

- Turizm master planının bulunmaması,
- Kurumlar arası koordinasyon eksikliğinin olması,
- Çarpık yapılaşmaların ekolojiye zarar verdiği,
- Ücretlerin düşük olması, istihdamda cinsiyet eşitsizliğinin olması,
- Profesyonel bakış açısında sahip personel eksikliği.

Tablo 2. Kastamonu İlinin Sürdürülebilir Turizm Konusundaki Sorunları

Kurumun Adı	Verilen cevap	Sorunlar
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Evet	<i>-Halkın ve idarecilerin yeterince bilinçli olmaması ve konusunda uzman kişilerin bulunmaması.</i>
Kastamonu Belediyesi-1	Evet	<i>-Turizm master planının hazırlanamaması hem şehrin yeterince tanıtılmamasına hem de turizm çeşitliliği alt yapısının oluşmamasına neden olmuştur. Deniz turizminden eko turizme; kültür turizminden inanç turizmine, her türün tek tek bir turizm master planı yapılması gerekir.</i>
Kastamonu Belediyesi-2	Evet	<i>-Kastamonu turizmi için yapılabilecekler şu an yapılanlardan çok daha fazla. Kurumsal çalışmalar daha hızlı ve koordineli bir biçimde yürütülmelidir.</i>
KASTOD	Evet	<i>-Ekolojik olarak bakıldığında, bilinçsiz toplum, işletme ve turist algısı mevcuttur. Doğal alanlardaki çarpık yapılaşmalar vesaire ekolojinin öneminin kavranmamış olduğunu gösteriyor.</i>
Ersizlerdere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	Evet	<i>-Bürokratik engeller, kıskançlık, halkın bu konuda yeterince bilinçli olmaması, aynı zamanda genç nüfusun az olması.</i>
KUZKA	Evet	<i>-Ücretlerin düşük olması, turizm tesisi inşasında çevreci ve korumacı yaklaşımların benimsenmemesi, istihdamda cinsiyet eşitsizliği, koordinasyon eksikliğine bağlı kaynak israfı ve hizmet içi eğitimlerin eksikliği.</i>
Kastamonu Kalkınma Vakfı	Evet	<i>-Tarihi konaklar, hanlar ve hamamlar yıkılmaya yüz tutmuş vaziyettedir. Yeni yeni ayağa kaldırılmaya başlanmıştır.</i>
KESOB	Evet	<i>-Turizm ve turizm bilinci Kastamonu ilinde tam olarak kavranamamıştır.</i>
KOSGEB	Evet	<i>-Bireylerin konu hakkında farkındalıkları bulunmamaktadır.</i>
Vakıflar Müdürlüğü	Bölge Evet	<i>-Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren kamu ve özel sektör kurum, kuruluş ve işletmelerinde profesyonel perspektifte eleman eksikliğinin olması.</i>

* Sizce Kastamonu'nun sürdürülebilir turizm konusundaki temel sorunları var mıdır? Cevabınız evet ise sorunların neler olduğunu lütfen aşağıda belirtiniz.

Tablo 3 incelendiğinde, ‘‘Kastamonu’da sürdürülebilir turizm ile ne amaçlanmalı? Lütfen aşağıda belirtiniz.’’ sorusuna;

- Turist sayısının ve turizm gelirinin artırılması,
- Doğal, kültürel ve tarihsel değerlerin korunması,

- Ekonomik kalkınmanın hedeflenmesi, göçün önlenmesi, yaşam standartlarının yükseltilmesi,
- Yeşil ve yerel mimariye uygun tesislerin inşa edilmesi,
- Kadınların ve diğer dezavantajlı grupların istihdamının artırılması,
- Konakların restorasyon çalışmalarının hızlandırılması gibi noktalar katılımcılar tarafından dile getirilmiştir.

Tablo 3. Kastamonu’da Sürdürülebilir Turizm’in Amaçları

Kurumun Adı	Planlanan Hedefler
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	-Turist sayısı ve turizm geliri artırılması
Kastamonu Belediyesi-1	-Kastamonu’nun özellikle doğası, kültürü ve tarihi en iyi şekilde tanıtıldığı gibi yenilenebilmesi
Kastamonu Belediyesi-2	-Doğa, kültürün ve sosyoekonomik varlığın korunması ve geliştirilmesi
KASTOD	-Doğal, kültürel, tarihsel değerler korunması ve gelecek nesillere sahip olunandan daha iyi durumda aktarılması
Ersizlere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	-Mevcut kültürel değerlerin yaşatılması, 5000 yıllık geleneğin gelecek nesillere aktarılması, ekonomik kalkınmanın hedeflenmesi, göçün önlenmesi, yaşam standartlarının yükseltilmesi, halkın bilinçlendirilmesi
KUZKA	-Ücretlerin artırılması, yeşil ve yerel mimariye uygun tesislerin inşa edilmesi, kadınların ve diğer dezavantajlı grupların istihdamının artırılması, ortak hedeflere yönelik çalışmalar yapılması, eğitim ihtiyacının analiz edilerek planlanması.
Kastamonu Vakfı	-Konakların restorasyon çalışmalarının hızlandırılması, Ilgaz ve Küre Dağları ve Araç Yaylalarının tanıtımının yapılması ve turizme kazandırılması
KESOB	-İlin ekonomisine getireceği katkının yanı sıra doğa ve kültür erozyonunun önüne geçilmesi
KOSGEB	-Doğal miras ve biyolojik çeşitliliğin korunması, yerel düzeyde kalıcı kalkınma modellerinin oluşturulması
Vakıflar Müdürlüğü	Bölge -Uzun vadeli projelerin oluşturulması, Kastamonu’nun turizm değerlerinin işin uzmanları tarafından ele alınması

* Kastamonu’da sürdürülebilir turizm ile ne amaçlanmalı? Lütfen aşağıda belirtiniz.

Tablo 4’te turizmin ekonomik boyutuna yer verilmiştir. ‘‘Kastamonu özelinde baktığınızda turizmin ekonomik sürekliliğine katkınızın olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise, ne tür bir katkınız var lütfen aşağıda belirtiniz.’’ sorusu sorulduğunda;

- 7 katılımcının ‘Evet’, 3’ünün ise ‘Hayır’ cevabını verdiği bu kısımda;
- Çeşitli etkinliklerde Kastamonu’nun tanıtıldığı,
- Kastamonu’daki turizm çeşitliliğinin yerel gazetelerle, afiş ve broşürlerle duyurulduğu,
- Tedariklerin Kastamonu’dan sağlandığı,
- Uluslararası, ulusal ve yerel basında Kastamonu ve çevresi ile ilgili eko turizm haberlerinin yapıldığı,
- KOBİ desteklerinin sağlandığı,
- Odalar Birliğine bağlı esnaflara turizmin Kastamonu için öneminin anlatıldığı gibi düşünceler ortaya çıkmıştır.

Tablo 4. Kurumların Turizmin Ekonomik Sürekliliğine Katkısı

Kurumun Adı	Verilen cevap	Katkılar
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Evet	<i>-Her alanda tanıtım ve etkinliklere katılım sağlanması</i>
Kastamonu Belediyesi-1	Evet	<i>-Yerel gazetelerde yapılan yayınlar, alanında uzman görüşlerine yer verilmesi, Kastamonu’nun sahip olduğu turizm çeşitliliğini afişler ve tanıtım broşürleriyle duyurulması</i>
Kastamonu Belediyesi-2	Hayır	-
KASTOD	Evet	<i>-Derneğe kayıtlı işletmelerin tamamı tedariklerini Kastamonu’dan yapıyor olmaları, turizm işletmelerinin istihdama katkı sağlaması</i>
Ersizlerdere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	Evet	<i>-Kastamonu ile ilgili broşürlerin basılıp dağıtılması, uluslararası, ulusal ve yerel basında Kastamonu ve çevresi ile ilgili eko turizm haberlerinin yapılması</i>
KUZKA	Evet	<i>-KOBİ destekleri, altyapı yatırımları, tanıtım faaliyetleri</i>
Kastamonu Kalkınma Vakfı	Hayır	-
KESOB	Evet	<i>-Odalar birliğine bağlı tüm esnaflara her platformda turizmin Kastamonu için öneminin anlatılması</i>
KOSGEB	Hayır	-
Vakıflar Bölge Müdürlüğü	Evet	<i>-‘‘Kastın neydi Moni?’’ masalının resmi bilgi olarak sunulmasının engellenmesi</i>

* Kastamonu özelinde baktığınızda turizmin ekonomik sürekliliğine katkınızın olduğunu düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise, ne tür bir katkınız var lütfen aşağıda belirtiniz.

‘‘Turizm, Kastamonu’da refahı artırıyor mu?’’ sorusuna 10 katılımcının 9’u ‘‘Evet’’, 1’i ise ‘‘Hayır’’ yanıtını verdi.

Tablo 5. Kastamonu Turizminin Refah Seviyesini Arttırıp Arttırmamasına İlişkin Görüşler

Kurumun Adı	Verilen Cevap
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	<i>Evet</i>
Kastamonu Belediyesi-1	<i>Evet</i>
Kastamonu Belediyesi-2	<i>Evet</i>
KASTOD	<i>Evet</i>
Ersizlerdere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	<i>Evet</i>
KUZKA	<i>Evet</i>
Kastamonu Kalkınma Vakfı	<i>Evet</i>
KESOB	<i>Evet</i>
KOSGEB	<i>Hayır</i>
Vakıflar Bölge Müdürlüğü	<i>Evet</i>

* *Turizm, Kastamonu 'da refahı arttırıyor mu?*

Turistlerin yaptığı harcamalardan yerel halkın ne derece pay aldığı kısmında, katılımcıların yarısı yerel halkın da bu getiriden yeterli payı aldığını, diğer yarısı ise tam tersi görüşe sahip olduklarını belirttiler.

Tablo 6. Turistlerin Yaptığı Harcamadan Yerel Halka Düşen Pay

Kurumun Adı	Verilen Cevap
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	<i>Evet</i>
Kastamonu Belediyesi-1	<i>Hayır</i>
Kastamonu Belediyesi-2	<i>Evet</i>
KASTOD	<i>Evet</i>
Ersizlerdere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	<i>Hayır</i>
KUZKA	<i>Hayır</i>

Kastamonu Vakfı	Kalkınma	Evet
KESOB		Evet
KOSGEB		Hayır
Vakıflar Müdürlüğü	Bölge	Hayır

* Yerel refah açısından baktığımızda, Kastamonu'ya gelen turistlerin kentte yaptıkları harcamadan yerel halk yeterli ölçüde pay alabiliyor mu?

Tablo 7'de detayları belirtilen, "Kastamonu'da turizm kaynaklı harcamalardan elde edilen kazancın dışarıya gittiğini düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise, önlemeye yönelik bir çalışmanız veya programınız var mı lütfen aşağıda belirtiniz." sorusuna;

Bu soruya 2 katılımcı 'Evet', 8 katılımcı ise 'Hayır' cevabını verdi:

- Kastamonu genelindeki esnaf ve üretici ile ortak yapılacak bir çalışma neticesinde markalaşma, kalite standartları ve fiyat aralığı belirleme çalışmalarının yapılabileceği,
- Yerel rehberlerin ve eğlence-gösteri tarzı faaliyetlerin artırılması gerektiği,
- Turizmde istihdam artırılmalı gibi önemli görüşler katılımcılar tarafından ifade edilmiştir.

Tablo 7. Turizmden Elde Edilen Gelirin Nereye Etki Ettiği Hakkında Görüşler

Kurumun Adı	Verilen Cevap	Buna Yönelik Çalışma ya da Program
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Hayır	-
Kastamonu Belediyesi-1	Hayır	-
Kastamonu Belediyesi-2	Evet	-Kastamonu genelindeki esnaf ve üretici ile ortak yapılacak bir çalışma neticesinde markalaşma, kalite standartları ve fiyat aralığı belirleme çalışmaları yapılabilir.
KASTOD	Hayır	-Kastamonu'daki turizm yatırımcılarının hemen hepsi Kastamonulu iş insanlarından oluşmaktadır. Bu nedenle, turizm kaynaklı harcamaların getirisi büyük ölçüde Kastamonu'da kalmaktadır. İşletmelerin geneli yerel tedarikle ihtiyaçlarını gördükleri için hem kazanç hem harcama Kastamonu'da kalmaktadır.
Ersizlere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	Evet	-Konaklama için Kastamonu tercih edilmiyor. Yeterince rehberin olmaması ve eğlence-gösteri tarzı faaliyetlerin az olması turisti dışarıya, başka destinasyonlara yönlendiriyor.
KUZKA	Hayır	-KUZKA'nın verdiği desteklerde ilgili kurumların Kastamonu'da yerleşik olma şartı aranmaktadır. Ayrıca, desteklerle öncelikli olarak istihdamı artırma hedeflenmektedir. Bundan ötürü, verilen desteklerin büyük oranı Kastamonu'nun yereline katkı sağlamaktadır.
Kastamonu Vakfı	Hayır	-

KESOB		Hayır	-
KOSGEB		Hayır	-
Vakıflar Müdürlüğü	Bölge	Hayır	-

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

‘‘Kastamonu’da turizm işletmelerinde ve turizmle dolaylı yoldan ilgili sektörlerdeki çalışanların hizmet kalitesinin artırılması gerektiğini düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise bir eğitim programınız veya projeniz var mı ve/veya herhangi bir projeye entegre misiniz? Lütfen aşağıda belirtiniz.’’ sorusu sorulduğunda;

- Katılımcıların tümünün ‘‘Evet’’ yanıtını verdiği bu bölümde;
- Sektör temsilcilerine ve çalışanlarına Kültür ve Turizm Bakanlığı uzmanlarınca her yıl eğitimler verildiği,
- Fiziksel alt yapı koşullarının olgunlaştırılması ve kalifiye eleman sayısının artırılması gerektiği,
- Kalitenin artırılması ve de sektörün denetlenmesinin gerektiği,
- Sektör çalışanlarının eğitime tabi tutulmasının önemli bir ihtiyaç olduğu,
- Çalışanlara emeğinin karşılığının verilmesinin önemli olduğu, turizm koordinasyon merkezinin kurulması ve üniversitede eko-turizm ile ilgili bir bölümün olması gerektiği,
- Yerel halkın yabancı dil öğrenmelerinin şart olduğu gibi düşünceler ön plana çıkmıştır.

Tablo 8. Kastamonu’nun Turizm Sektöründeki Hizmet Kalitesi

Kurumun Adı	Verilen Cevap	Önerilen Eğitim Programı / Proje
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	Evet	-Sektör temsilcilerine ve çalışanlarına Kültür ve Turizm Bakanlığı uzmanlarınca her yıl eğitimler verilmektedir.
Kastamonu Belediyesi-1	Evet	-Kastamonu Belediyesi gerek İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü gerekse de valilik ile birlikte ara eleman yetiştirilmesi için kurslar açıyor. Bunun için önce fiziksel alt yapı şartları olgunlaştırılmalı, ardından ise tecrübeli çalışanlar işe dahil edilmeli. Bunun olabilmesi için de öncelikle Kastamonu’nun turizmden beklediği payı alması gerekmektedir.
Kastamonu Belediyesi-2	Evet	-Kalitenin artırılması ve sektörün denetimi şart.
KASTOD	Evet	-Çalışanların hizmet kalitesi artırılmalı. Hem turizm sektöründeki hem de ilişkili diğer sektörlerdeki çalışanların eğitim programına tutulması gerekir. Böylece hem hizmet kalitesi hem de personelin motivasyon düzeyi artar. Dernek olarak, dernek üyesi işyerleriyle birlikte üzerinde çalışılan bir eğitim programı mevcut.
Ersizlerdere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	Evet	-Çalışana emeğinin karşılığı verilmeli. Turizm koordinasyon merkezi kurulmalı. Eksik yönler TUREM eğitimleri ile tamamlanmalı. Üniversitede bir eko turizm bölümü olmalı ve yerel halk bilinçlendirilmeli.
KUZKA	Evet	-Teknik destek programları mevcuttur.
Kastamonu Kalkınma	Evet	-Yerel halkın yabancı dil öğrenmeleri gerekmektedir.

Vakfi			
KESOB	Evet		-Kuruma ait ya da kurumun entegre olduğu herhangi bir proje yok.
KOSGEB	Evet		-Hizmet kalitesinin artırılması amacıyla eğitilmiş bireylerin sayısındaki artış ile alakalı olup, oluşturulacak eğitim programları sektöre katkı sağlayacaktır.
Vakıflar Müdürlüğü	Bölge	Evet	-Vakıflar Bölge Müdürlüğü konu ile ilgili herhangi bir projeye sahip değildir. Sektör çalışanlarına eğitimler verilmeli. Belirli periyotlarda seminerlerle bu eğitimin sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir.

* Kastamonu'da turizm işletmelerinde ve turizmle dolaylı yoldan ilgili sektörlerdeki çalışanların hizmet kalitesinin artırılması gerektiğini düşünüyor musunuz? Cevabınız evet ise bir eğitim programınız veya projeniz var mı ve/veya herhangi bir projeye entegre misiniz? Lütfen aşağıda belirtiniz.

Tablo 9'da gösterilen, "Kastamonu'da turist memnuniyeti sizce nasıl? Daha da arttırmaya yönelik neler yapılabilir?" sorusuna cevap olarak;

- Bunun turistlerin beklentisine göre değiştiği,
- Gayet yüksek olduğu,
- Yeterli olduğu,
- Çok düşük olduğu...

Aynı zamanda, arttırmaya yönelik olarak;

- Şehir merkezindeki otopark sorununun çözülmesi gerektiği,
- Yerel rehberlerin yetişmesi gerektiği,
- Master planını önemli olduğu,
- Hizmet kalitesinin artırılması gerektiği,
- Dünyadaki örnek uygulamaların incelenmesi gerektiği gibi noktalar vurgulanmıştır.

Tablo 9. Turistlerin Memnuniyet Düzeyi

Kurumun Adı	Verilen Cevap
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	-Yeterli
Kastamonu Belediyesi-1	-Turistlerin beklentilerine göre değişir. Özellikle, din, tarih, doğa ve kültür turizmi amacıyla gelen turistler beklentilerini alabiliyorlar. Ancak, bu noktada genel şikâyet ara eleman olarak belirlenebilir. Bir de, fiziki alt yapı çalışmalarının tamamlanması gerekiyor. Belediye Başkanı Tahsin Babaş'ın göreve gelmesi ile bu çalışmalar hızlanmıştır ve böylece turist memnuniyetinin artacağı düşünülmüştür.
Kastamonu Belediyesi-2	-
KASTOD	-Turistlerin memnuniyeti gayet yüksektir. Bu biraz, turistlerin düşük beklentiyle gelmesiyle alakalı bir durum, fakat bu durum gelecekte değişebilir. O yüzden, memnuniyeti daha da arttırmaya yönelik süreç şimdiden başlamalı ve beklenti / deneyim oranı olabildiğince dengede tutulmalı.
Ersizlerdere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	-Şehir merkezindeki otopark sorunu çözülmeli, 19 ilçeyi ve merkezi iyi bilen rehberler yetiştirilmeli, örnekler incelenerek sürdürülebilir turizm master planı hazırlanmalı, çalışanların şartları iyileştirilmeli.

KUZKA		<i>-Turist memnuniyeti göre düşük. Hizmet kalitesi arttırılmalı, altyapı iyileştirilmeli, tanıtım faaliyetleri sistematik ve koordineli bir biçimde planlanmalı ve yoğunlaştırılmalı.</i>
Kastamonu Vakfi	Kalkınma	<i>-Tanıtım faaliyetleri arttırılmalı.</i>
KESOB		<i>-Gelen ziyaretçiler memnun. Hizmet sektöründeki elemanlara ve esnafa yönelik eğitimler düzenlenmeli.</i>
KOSGEB		<i>-Turist memnuniyeti pek iyi değil. Turist memnuniyetini arttırmaya yönelik Dünya'daki örnek uygulamalar incelenmeli ve bölgede uygulanmalı.</i>
Vakıflar Müdürlüğü	Bölge	<i>-Turist memnuniyeti geniş bir kavram. Kastamonu'daki hizmet sektörünün gayesi turisti memnun etmekten ziyade işlerini iyi yapmak olmalı.</i>

* Kastamonu'da turist memnuniyeti sizce nasıl? Daha da arttırmaya yönelik neler yapılabilir?

Turistlerin ne konuda şikâyetçi oldukları noktasında, katılımcıların görüşleri şu noktalarda birleşmiştir:

- Rehberlerin ve tanıtıcı materyallerin eksikliği,
- Alkollü ve alkolsüz eğlence mekânlarının çok az olması,
- Kastamonu Kalesi'nin atıl durumda bulunması,
- Kent merkezindeki otopark sorunu,
- Hizmet kalitesinin düşük olması,
- Konaklama ve ulaşımın yetersiz oluşu.

Tablo 10. Turistlerin Şikâyetçi Oldukları Konular

Kurumun Adı	Verilen Cevap
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	<i>-Rehber ve mihmandar eksikliği, kent merkezindeki dilenciler, tanıtıcı materyalin yetersiz oluşu.</i>
Kastamonu Belediyesi-1	<i>-Kastamonu'ya gelen turistlerin en fazla şikâyetçi oldukları konu yeterli rehberin bulundurulmamasıdır.</i>
Kastamonu Belediyesi-2	<i>-Yerelde rehber eksikliği.</i>
KASTOD	<i>-Alkollü ve alkolsüz eğlence mekânlarının yetersiz olması, şehir hakkındaki bilgilendirmenin eksikliği, Kastamonu Kalesinin atıl durumda olması, kent merkezindeki otopark sorunu, doğal turistik yerlerdeki tuvalet vb. hizmet noktalarının eksikliği/yetersizliği.</i>
Ersizlerdere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	<i>-Bar, disco vb. eğlence yerlerinin olmaması, aktivite yapılacak alanların ve bunu öncülük edecek kişilerin yeterli sayıda ve nitelikte olmaması,</i>
KUZKA	<i>-Turistlerin en çok şikâyet ettikleri konular hizmet kalitesinin düşük olması ve tabelaların yetersiz olması.</i>
Kastamonu Vakfi	Kalkınma <i>-Otopark sorunu.</i>
KESOB	<i>-Konaklama günleri tatil günlerine denk gelen turistlerin her istediklerini bulamamaları.</i>

KOSGEB		-Konaklama ve ulaşım sorunu.
Vakıflar Müdürlüğü	Bölge	-Maddi durumu biraz iyi olan turistler her şeyden şikâyetçiler, fakat diğer turistler için aynı şey söylenemez. Onlar memnun olduklarını belirtiyorlar.

* Kastamonu'ya gelen turistler en çok hangi konulardan şikâyetçiler?

Tablo 11'de ayrıntıları yer alan, "Kastamonu'da turizm konusunda karar alma sürecinde size danışılıyor mu? Eleştirileriniz veya önerileriniz dikkate alınıyor mu?" sorusu sorulduğunda;

- 10 katılımcıdan 8'inin bu noktada onlara da danışıldığını, 2'sinin ise bu konuda kendilerine danışılmadığını vurgulamışlardır.

Tablo 11. Turizm Konusunda Alınan Kararlarda Kurumların Etkisi

Kurumun Adı	Verilen Cevap
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	-Evet, fakat işbirliği ve motivasyon eksikliği var.
Kastamonu Belediyesi- 1	-Kastamonu'da turizm anlamında yapılacak işlerin bir bölümü özellikle Kastamonu Belediyesinin yaptığı işler kamuoyu nezdinde konuşulup gerekli görüşler alındıktan sonra hayata geçiriliyor. Bu noktada, ilgili kişilerin eleştirileri ve önerileri dikkate alınarak adımlar atılıp projeler üretiliyor.
Kastamonu Belediyesi- 2	-Hayır.
KASTOD	-Her ne kadar eleştiriler ve öneriler tam anlamıyla dikkate alınmasa da turizm konusunda karar alma sürecinde KASTOD'a da danışılıyor.
Ersizlere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	-Evet, danışılıyor. Valilik tarafından dilekçeye not ediliyor ve yerel basında da bu duruma yer veriliyor.
KUZKA	-Turizm, ajansın öncelikli müdahale alanı olduğu için KUZKA tüm aktörler ile yakından diyalog halindedir. Ajans, genel olarak faaliyetlerinde de diğer paydaşların görüşlerini alıyor.
Kastamonu Kalkınma Vakfı	-Evet, danışılıyor.
KESOB	-Evet, danışılıyor.
KOSGEB	-Hayır, danışılmıyor.
Vakıflar Müdürlüğü	Bölge -Müdürlük tarafından 2006 ve 2007 yıllarında Turizm Danışma Elemanı Yetiştirme Kursunda eğitimler verildi. Yerel gazetelere köşe yazıları yazıldı. Ayrıca, oluşturulan komisyonlara müdürlük de davet ediliyor.

* Kastamonu'da turizm konusunda karar alma sürecinde size danışılıyor mu? Eleştirileriniz veya önerileriniz dikkate alınıyor mu?

Yine Tablo 12'de de görüleceği üzere, "Kastamonu'da turizm konusunda kaynaklar verimli kullanılıyor mu? Bu kıt kaynakların turizm dışında başka bir sektörde daha verimli kullanılabilir mi?" sorusu sorulduğunda;

- Kaynakların verimli kullanıldığı, turizmin önemli bir sektör olduğu,
- Turizmden gerekli verimi alabilmek için altyapının geliştirilmesi gerektiği,

- Ilgaz'a yapılacak olan barajın uzun vadede doğaya çok büyük zararlar getireceği, bu konunun tekrar düşünülmesi gerektiği,
- Bütçe yetersizliğinden dolayı kaynakların da verimli kullanılmadığı, bürokratik engellerin aşılamadığı,
- Turizm dışında farklı sektörlerde bu kaynakların kullanılmasının daha verimli olabileceği belirtilmiştir.

Tablo 12. Turizm Sektöründeki Kaynakların Kullanımı

Kurumun Adı	Verilen Cevap
İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü	<i>-Kaynaklar verimli kullanılıyor. İlimizde, turizm de diğer sektörler gibi önemli gelir kaynaklarından birisidir.</i>
Kastamonu Belediyesi-1	<i>-Kastamonu turizm çeşitliliği açısından zengindir. Bu noktada, eldeki kaynaklar yapılan yatırımlar için yeterli olamayabiliyor. Bu yatırımlar yapılmadığında ise, turizmin özellikle fizikli bir altyapısı oluşmuyor. Kastamonu'nun kurtuluşu tarihindedir, tarihi canlandırmak elzemedir. Şehrin tarihi, turizm açısından hayati önem taşımaktadır.</i>
Kastamonu Belediyesi-2	<i>-İnebolu yolu ve tünel daha faydalı olabilirdi.</i>
KASTOD	<i>-Kastamonu'da kaynakların verimli kullanılması noktasında soru işaretleri var, fakat bu verimi arttırmak yine insanların elindedir. Daha önce de bahsedildiği gibi Kastamonu en güzel doğal kaynaklara sahipken verimin bu derece düşük olması düşündürücüdür. Diğer sektörlerin durumu incelenmelidir. Toplum faydasına düşünülen bir proje incelenirken turizm bu konuların başında gelmelidir. Bu çelişki Ilgaz Dağında yaşanmaktadır. Ilgaz'ın eteklerine yapılacak olan baraj toplumun yararına olacak iken, barajda tutulacak milyonlarca metre küp suyun Ilgaz faunasına yapacağı etki hesaplanmış mıdır? İklim ıslanlaştırma etkisi göz önüne alınmış mıdır? Kayak turizminin geleceği daha da önemlisi Ilgaz'ın doğası düşünülmüş müdür?</i>
Ersizlere Yardımlaşma Dayanışma Eğitim ve Eko-Turizm Derneği	<i>-Bütçe yetersizliğinden dolayı kaynaklar da yetersiz hale geliyor. Gerekli yatırımlar yapılmıyor, bürokratik engeller aşılmıyor.</i>
KUZKA	<i>-Hayır kullanılmıyor. Verimlilik konusu sektörel olmaktan çok kültürel bir konu. Bu yüzden başka sektörlerde yüksek verimlilik sağlanamayabilir. Stratejik yaklaşım kültürü yerleştiği ölçüde her sektörde verimlilik artacaktır.</i>
Kastamonu Kalkınma Vakfı	<i>-Hayır kullanılmıyor.</i>
KESOB	<i>-Kastamonu turizm açısından çok büyük kaynaklara sahiptir. Bunu daha verimli kullanabilmek için yatırım ve eğitim gerekiyor.</i>
KOSGEB	<i>-Kastamonu doğa, deniz ve tarih turizmi açısından zengindir fakat kaynaklar verimli kullanılmamaktadır. Kaynakların turizm dışında bir sektörde kullanılması daha sağlıklı olabilir.</i>
Vakıflar Müdürlüğü	<i>Bölge -Kaynaklardan kasıt nedir? Madem kaynaklar kut, bu noktada öncelik turizm mi olmalı?</i>

* Kastamonu'da turizm konusunda kaynaklar verimli kullanılıyor mu? Bu kut kaynakların turizm dışında başka bir sektörde daha verimli kullanılabilir mi?

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm birçok sektörü hem ekonomik anlamda hem de sosyo-kültürel anlamda ilgilendiren bir endüstridir. Günümüz iş dünyasında, daha çok günü kurtarmak düşüncesiyle kazanç elde edilmeye çalışıldığından, turizm sektörü diğer bileşenlerle birlikte düşünüldüğünde sürdürülebilir olması bakımından büyük önem arz etmektedir. Burada, doğayı mümkün olduğunca en az şekilde tahrip etmek, doğal kaynakları verimli ve tasarruflu kullanmak ve gerçekleştirilen turizm türünün sürdürülebilir olması bakımından uzun vadeli stratejiler belirlemek önemlidir.

Kastamonu, dört mevsim boyunca birçok turizm türünün gerçekleştirilebileceği ender varış noktalarından biridir. Dolayısıyla, hem bu turizm türlerinin layıkıyla yapılması hem de turizmin sürdürülebilirliği bakımından başta yerel yönetim kuruluşlarına, sivil toplum örgütlerine ve yerel halka büyük görevler düşmektedir. Buradan hareketle, bu çalışmada yapılan görüşmeler sonucunda şu tür yargılara ulaşılmıştır:

- Sürdürülebilir turizm kavramı çalışmaya katkıda bulunan Kastamonu'daki yerel yönetim ve ilgili sivil toplum kuruluşları tarafından doğal, kültürel ve sosyal kaynakların sürekliliği olarak vurgulanmıştır. Katılımcıların çoğunluğu sürdürülebilir turizmi, turizmin sürdürülebilirliği değil de bir turizm türü olarak belirtmişlerdir.
- Bunun yanında, katılımcılar Kastamonu'nun sürdürülebilir turizmine yönelik sorunlarını belirtmişlerdir ve bu konuda bir ana planın (master planının) oluşturulması gerektiğini önermişlerdir.
- Yine, gerekli altyapı ve üstyapı çalışmalarında da iyileştirilmelerin gerekliliği katılımcılar tarafından dile getirilmiştir.

Sürdürülebilir turizm olgusunun Kastamonu'da daha etkili olması açısından, bazı öneriler geliştirilmiştir. Bunlar;

- Yerel yönetim ve sivil toplum kuruluşlarının bu kapsamda yaptıkları çalışmalardan daha fazla verim alabilmeleri ve de bunu şehre yansıtmaları açısından daha iyi bir koordinasyon kurulmalıdır.
- Misafir memnuniyetinin daha geniş bir şekilde, birçok kesimi kapsamasının önemli olduğu ve bunu hem yerel halkın hem de işletmecilerin dikkate alması gerekir.
- Yerel ölçekte rehberler yetiştirilmelidir.
- Çarpık yapılaşmanın önüne geçilmeli ve mevcut çarpık kentleşmeye yerel yönetim ve STK'lar bir araya gelerek kalıcı bir çözüm bulmalıdır.
- Nitelikli turizm elemanlarının sektöre kazandırılması için çalışmalar yapılmalıdır.
- Kadınların ve diğer dezavantajlı grupların Kastamonu turizmine katkıda bulunabilmeleri için daha fazla istihdam edilmeleri gerekir.
- Eğlence-gösteri merkezleri artırılmalı ve geliştirilmelidir.

Kaynakça

- Adiyia, B., Stoffelen, A., Jennes, B., Vannesta, D., & Ahebwa, M. W. (2015). Analysing Governance in Tourism Value Chains to Reshape Tourist Buble in Developing Countries: The Case of Culture Tourism in Uganda. *Journal of Ecotourism*, 1-17.
- Artun, C., & Akbulut, O. (2015). Yönetimsel Bir Olgu Olarak Sürdürülebilir Turizm: Fethiye'deki Yerel Yönetim ve Sivil Toplum Kuruluşları Görüşleri. *Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*(15).
- Berg B. L. (2007), *Qualitative Research Methods For The Social Sciences*, Altıncı Baskı, Boston: Pearson Education Inc.
- Berno, T., & Bricker, K. (2001). Sustainable Tourism Development: The Long Road From Theory To Practice. *International Journal of Economic Development*, 3(3), 1-18.
- Bulut, E. (2015). *Gaziantep Turizmi ve Sürdürülebilirlik: Yerel Halk Bakış Açısı Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep.
- Büyükoztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. A., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.

- Can, E. (2008). Sürdürülebilir Turizm ve Bozcaada. *Bozcaada Değerleri Sempezyomu 25-26 Ağustos 2008*. Bozcaada.
- Emekli, G., İbrahimov, A., & Soykan, F. (2006). Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(2006), 51-59.
- Gössling, S., Hall, M., Peeters, P., & Scott, D. (2010). The Future of Tourism: Can Tourism Growth and Climate Policy be Reconciled? A Mitigation Perspective. *Tourism Recreation Research*, 35(2), 119-130.
- Gülhan, G. (2007). *Doğal ve Kültürel Değerlere Sahip Alanlarda Turizm Potansiyellerinin Saptanması ve Değerlendirilmesi: Selçuk ve Çevresi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, İzmir.
- Harman, S. (2014). Sivil Toplum Kuruluşlarının Turizm Sistemindeki İşlevleri Üzerine Bir İnceleme. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(26), 343-360.
- Hunter, C. (1997). Sustainable Tourism As An Adaptive Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850-867.
- Kaypak , Ş. (2011). Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin Sürdürülebilir Bir Çevre. *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13(20), 19-33.
- Kervankıran, İ. (2011). *Afyonkarahisar İlinin Başlıca Doğal, Tarihi ve Kültürel Kaynaklarının Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi*. Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Kocaboyun, H. (2009). *Antalya Kaleiçi Yerleşiminin Doğal, Kültürel ve Tarihi Miras Olarak İncelenmesi ve Alanın Turizm Açısından Sürdürülebilir Kullanımı*. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Ana Bilim Dalı, Isparta.
- Küçük, O. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri: Araştırmacı el kitabı*, 1. Baskı, Ankara: Sage.
- McIntyre, G. (1993). Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners. *WTO*. Madrid.
- Mckercher, B. (2003). Sustainable Tourism Development – Guiding Principles For Planning and Management. *National Seminar on Sustainable Tourism Development 5-9 Kasım 2003*. Bişkek.
- Mercan, Ş. O. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bölgesel Planlama ve Turistik Ürün Oluşumu: Altınoluk Örneği Üzeine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı , İzmir.
- Özmehmet, E. (2012). Dünyada ve Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları. <http://www.journal.yasar.edu.tr>.
- Özmutaf, N. M. (2012). Sivil Toplum Kuruluşlarında Kurum Felsefesi ve Gönüllü Takımların Yönetimsel Nitelikleri: Yönetici ve Üye Perspektifi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 147-166.
- Panyık, E. (2015). Rural Tourism Governance: Determinants of Policymakers' Support for Tourism Development. *Tourism Planning & Development*, 12(1), 48-72.
- Sezgin, M., & Karaman, A. (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 19(1), 506-514.
- Uğur, A. G. (2015). *Sürdürülebilir Turizm Yerel Değerler İle Turist Tatmini Arasındaki Yapısal İlişkilerin İncelenmesi: Bütünleşik Bir Yaklaşım*. Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Nevşehir.
- UNEP, & UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable: A Guide For Policy Makers. *WTO*. Madrid.
- UNWTO. (2013). Sustainable Tourism Governance and Management in Coastal Areas of Africa . *WTO*. Madrid.

OTELLERDE UYGULANAN HER ŞEY HARIÇ SİSTEMİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ANLAYIŞI KAPSAMINDA ELE ALINMASI

Arş. Gör. Çağdaş AYDIN
Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
cagdasaydin@anadolu.edu.tr

Özet

Çalışmada, müşterilerine farklı bir deneyim yaşatmak ve müşterilerin konaklama yapacakları odalardaki eşyalardan, otel içinde alacakları hizmete kadar birçok farklı ürünü seçme şansı veren her şey hariç otel uygulamalarına yer verilmiştir. Bu kapsamda her şey hariç sistemin, özellikle günümüzde oldukça yaygın olan her şey dâhil sistemle olan kıyaslaması yapılmıştır. Buradan hareketle her şey hariç sistem içinde, kullandığı su ve elektrik miktarını kendisi ödemek zorunda olan müşterinin daha az tüketim yapacağı, böylece turizm destinasyonunun çekici unsurlarından olan doğal çevrenin korunmasına dolayısıyla sürdürülebilirliğin, çevre ve ekonomi boyutlarına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu düşünceden hareketle her şey hariç sistem sürdürülebilirlik kapsamında tartışılmıştır. Çalışma kavramsal boyutta ele alınmış ve ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır. Her şey hariç sistem, otel işletmelerinin enerji tüketimlerini düşürerek enerji maliyetleri ve karbon salınımları azaltacak ayrıca, müşterilere farklı bir deneyim yaşatmasının yanında tatil bütçelerini de istedikleri oranda ayarlayabilmelerine yardımcı olacaktır. Müşteriler bu kapsamda kendileri için gereksiz hizmetleri istemeyerek, tatil bütçesini artıracak böylece tatil süresini veya görmek istediği destinasyon sayısını arttırabilecektir. Bununla birlikte otel işletmeleri maliyetlerini en aza indirecek sunduğu farklı seçeneklerle de pazarda rekabet avantajı sağlayabilecektir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Otel, Her Şey Hariç Sistem.

INVESTIGATING SUSTAINABILITY WITH ALL EXCLUSIVE SYSTEMS ADOPTED BY HOTELS

Abstract

In this study, all exclusive hotel structure is investigated that provides the opportunity to select different products such as the furniture in the rooms and hotel services to the customers that will help the customers to gain a different holiday experience. In this context, all exclusive system is compared with the popular all-inclusive systems applied in the hotels. From this point of view, it is assumed that customers who are subjected to pay the water and electricity bills depending on their consumption will decrease the total consumption. Therefore, this consumption pattern can lead to sustainability of the natural habitat of the tourism destination, and contribute to environmental and economic dimensions. Based on this perspective, sustainability aspect of all exclusive systems are argued. The study is conducted under conceptual structure and secondary data resources are adopted. All exclusive system could decrease energy consumption within the hotel to reduce energy costs and carbon emission. Additionally, this structure could provide a different holiday experience to the customers and create the opportunity to determine a holiday budget depending on their consumption. In this context, as customers exclude the unnecessary services, the duration of the holiday, total budget, and new destinations to be visited could be increased. Accordingly, various options provided by the hotel business by decreasing the costs could create a competitive advantage in the market.

Keywords: Sustainability, Hotel, All Exclusive Systems.

1. GİRİŞ

Dünya genelinde turizm hareketine katılan kişi sayısında yaşanan yoğun artışla birlikte destinasyon bazında yeni turizm merkezleri keşfedilmekte, yeni turizm türleri doğmakta ve yeni konaklama biçimleri ortaya çıkmaktadır. Büyük tur operatörlerinin pazara sunduğu cazip tur paketleriyle birlikte kitle turizmi gün geçtikçe gelişmekte ve bu gelişmenin sonunda çeşitli çevresel, ekonomik ve sosyal sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Paket turların tüketiciler tarafından cazip hale gelmesinde en önemli etken olan her şey dâhil sistem (HDS) turizm sektöründe birçok işletme tarafından kullanılmaktadır. Özellikle paket turların en önemli ayağını oluşturan konaklama işletmeleri de oda-kahvaltı, yarım pansiyon ve tam pansiyon konaklama tiplerinin yanına her şey dâhil hatta ultra her şey dâhil gibi farklı konaklama tipleri de eklemiştir.

HDS konaklama işletmeleri tarafından için doluluk oranını artırması, sezonu uzatması ve pazarlama aşamasında kolaylık sağlaması nedeniyle tercih edilmektedir. Ancak HDS içinde yoğun tüketim olması hem sürdürülebilirlik hem de bu kapsamda ele alınan yeşil işletmecilik anlayışında çeşitli sorunlar ortaya çıkarabilmektedir. Bu araştırma kapsamında, dünya genelinde yeni yeni uygulamaya geçilen ve yeni bir konaklama tipi olan her şey hariç sistem (HHS), hem yeşil işletmecilik hem de tam karşısında duran HDS kapsamında irdelenecektir. Bu yeni sistemin olası pozitif veya negatif yönleri tartışılarak gerek alanyazına gerekse sektör izleyicilerine katkı yapması beklenmektedir.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE YEŞİL İŞLETMECİLİK

Sanayi devriminden sonra kontrolsüzce gelişen endüstriyel büyüme ve kar endişesi doğanın ve çevrenin dengesini bozmasıyla birçok çevre felaketini beraberinde getirmiştir. Bu felaketlerin neticesinde gerekli tedbirler alınmadığı takdirde doğal kaynakların tükeneceği ve böylece sanayi devriminden bu yana süregelen kalkınmanın devam edemeyeceği gerçektir. 1970'lerde bu gerçeklerin fark edilmesiyle beraber kalkınma ve çevre ilişkisi değerlendirilmeye alınmıştır (Turgut, 1997). Alanyazına bakıldığında sürdürülebilirlik kavramının ilk olarak 1712'de "Sylcicultura Oeconomica" isimli kitapta geçmiştir (Sünnetçioğlu ve Yılmaz, 2015: 95). Günümüzde kullanılan anlamıyla sürdürülebilirlik kavramı ise 1987 yılında Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun yayınladığı Brutland Raporu'nda önemli bir yer edinmiştir. Sürdürülebilirlik kavramının temel görüşü gelecek nesillerin kaynaklarını tüketmeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayabilmektir (Collin, 2010). Bu tanımı biraz daha açarsak sürdürülebilirlik en nihayetinde ekoloji ve ekoloji sisteminin görevlerini, varlığını ve üretkenliğini sürekli olarak devam ettirme yetisi olarak tanımlanabilir (Chapin, Tom ve Taten: 1996: 1017). Ancak geleceğe dair hedeflere ulaşmak için ve sürdürülebilirliği etkin kılabilmek için kültürel bütünlüğü sağlamak, biyolojik çeşitliliği artırmak, ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçları karşılayan doğal kaynakların planlaması oldukça önemlidir.

Sürdürülebilirliğe turizm gözüyle bakıldığında, Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilirliği; "bugünkü turistlerin ve ziyaret edilen bölgelerin gereksinimini karşılarken, bu bölgelerin gelecek için de korunması ve fırsatların iyileştirilmesi" şeklinde tanımlamıştır (UNEP, 2005). Sürdürülebilir turizm kavramının ilk çıkış noktasına bakıldığında bu kavramın kökenin 1973 yılında yayınlanan Ecological Principles for Economic Development isimli yayına kadar gittiği görülmektedir. Bu noktada ek bir açıklama yapmak gerekirse sürdürülebilir turizm kavramının 1970'li yılların sonlarına doğru Fransız Alplerinde ortaya çıkan bir tartışma olarak görülse de aslında bu tartışmanın daha çok Kuzey Amerika'da yayıldığını görebiliriz (Bramwell ve Lane, 1993). Bu tartışma zamana yayıldıkça sürdürülebilirliğin çevresel boyutları aştığını ekonomik, sosyal ve kültürel konuları da içerecek kadar genişlediğini ifade edebiliriz (Crick, 1989; Hall, 1991). Sürdürülebilir turizm; genel anlamda küçük ölçekli, alınan kararlarda yerel halkı dikkate alan ve kültürel, ekonomik ve çevresel etkileri de göz önünde bulundurarak gerçekleşen bir harekettir (McCool ve Moisey, 2001).

Çevre ve sürdürülebilirlik birbirinden ayrılamayan parçalardır. Çevrenin üç ana işlevi vardır. Bunlar; kaynak deposu, atık deposu ve doğal yaşam ortamıdır (Dunlap, 1994). Hayatın devam ettirilmesini sağlayan birincil öneme sahip ve yenilemeyen doğal kaynakların yönetilmesi ve korunmasını ifade eden çevre sürdürülebilirliği, hava, toprak ve suyun kirletilmesini en aza indirerek doğal mirası ve biyolojik çeşitliliğin sürdürülmesidir (UNEP, 2005). Turizm olayını da çevreden bağımsız düşünmek olanaksızdır. Bölgeler arasında hareket eden turistlerin ziyaret ettiği bölgede yaşamını sürdürebilmek için doğal kaynaklarından yararlanacağı ya da turistik bir çekicilik olan herhangi bir doğal kaynağın bozulmasıyla seyahat etme arzusunun vazgeçebileceği düşünüldüğünde çevre, sürdürülebilirlik ve turizm üçlemesinin bir bütün olduğu söylenebilir.

Sürdürülebilirlik anlayışıyla birlikte işletmelerde hem içinde bulunduğu bölgeye, çevreye karşı olan sosyal sorumluluklarını yerine getirmek hem de yeşil uygulamalarla birlikte tüketiciler gözünde olumlu bir algı oluşturabilmek için yeşil işletmecilik uygulamalarına yönelmişlerdir. Yeşil işletmecilik karar alma süreçleri içinde ekolojik çevreyi etkili bir unsur olarak göz önünde bulunduran ve işletme faaliyetlerini yerini getirirken çevreye verilen zararı minimum seviyeye çekmeye çalışır. Bu kapsamda yeşil işletmecilik ürünlerinin tasarımını, sunumunu ve ambalajlarını çevrenin korunması adına

değiştiren, topluma karşı olan sosyal sorumluluklarını yerine getiren bir anlayıştır (Nemli, 2000: 69.) Karabulut'a (2003) göre yeşil işletmecilik anlayışı, uzun dönemde çevrenin korunması ile ekonomik büyüme kavramlarının bir arada ele alınması esasına dayanmaktadır. Bir noktada yeşil işletmenin ortaya çıkışı sürdürülebilir gelişme anlayışından kaynaklanmaktadır. Bu kapsamda sosyal, ekonomik ve çevresel hedeflerin birlikte ele alınması ve bu sürecin, her bir boyutun yararına olacak şekilde yönetilmesi oldukça önemlidir.

Nitekim turizm sektörü içinde turistlere barınma, yeme-içme ve eğlence imkânlarını sağlayan konaklama tesislerine sürdürülebilirlik kapsamında önemli görevler düşmektedir. Konaklama işletmeleri gerek sürdürülebilirlik felsefesine uyum sağlamak gerekse yeşil uygulamalarla birlikte maliyetlerini düşürmenin yollarını aramaktadır. Bu konuda konaklama tesislerinin en önemli gider kaynaklarından biri olan enerji ve su tüketimini düşürmek için farklı seçeneklerde konaklama tiplerini yanında akıllı bina sistemleri sıfır enerjili bina gibi farklı yeşil uygulamalara yöneldiğini görmekteyiz.

3. OTELLERDE UYGULANAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK UYGULAMALARI

Otel işletmeleri konuklarının memnuniyetini sağlayabilmek için yoğun miktarda enerji tüketmektedir. Bu enerji tüketiminin büyük bir bölümünü fosil yakıtlardan sağlayan otel işletmeleri çevre sorunlarına neden olabilmektedir. Aşağıda yer alan Tablo 1'de, turizm sektörünün dünyadaki karbondioksit salınımının %5'inden sorumlu olduğu görülmektedir. Bu %5'lik pay içinde ise öncelikle %40'la havayolu, %32'yle karayolu ve üçüncü sırada %21'le konaklama işletmeleri gelmektedir.

Tablo 1. Küresel karbon salınımına turizm sektörünün etkisi (CO2 bazında)

SEKTÖRLER	CO2	%
Havayolu	522	%40
Karayolu	418	%32
Diğer	39	%3
Konaklama	274	%21
Aktiviteler	52	%4
Toplam	1307	
Dünya Toplamı	26400	
Turizm Etkisi	%5	

Kaynak: www.unwto.org (Kopenhag Küresel İklim Değişikliği Konferansı- Zoritsa Urosevic Executive secretary)'dan aktaran; Atay ve Dilek, 2013: 208)

Oteller ayrıca, önemli miktarda su ve elektrik tüketmektedir. Farklı bölgelerde yapılan çalışmalara göre bir tatil bölgesinde turistlerin tükettiği günlük elektrik, su ve fosil yakıt miktarları oldukça yüksek seviyededir (Tablo 2).

Tablo 2. Otellerde kişi başına düşen enerji tüketimi

Kişi Başı Elektrik Tüketimi	Kişi Başı Su Tüketimi	Kişi Başı Fosil Yakıt Tüketimi
21-22 KW	420-440 Litre	7-10 Litre

Kaynak: Öger grubu (2011); EEA (2001), Gössling'ten(2000) uyarlanmıştır.

Her iki tabloda görülebileceği üzere otel sektörü ciddi miktarda karbon salınımı yapmakta, ciddi miktarda su, elektrik ve fosil yakıt tüketmektedir. Bu yüksek miktardaki tüketimin önüne geçmek isteyen otel işletmeleri gerek çevreye olan zararlarını en aza indirmek gerekse maliyetlerini düşürmek için farklı uygulamalara gitmiştir.

Otel işletmelerinin yoğun olarak kullandığı ilk uygulamaların başında akılla bina uygulamaları gelmektedir. Akıllı bina uygulamaları kapsamında misafirlerin odalarında anahtar kart sistemleri uygulamasına geçilerek, misafir odada yokken elektrik tüketimi sıfıra yakın değerlere indirilmeye çalışılmaktadır. Ancak akıllı bina sistemleri kapsamında yalnızca anahtar kart sistemleri kullanılmamış, bu uygulamanın yanında ortak kullanım alanlarında su tüketimini azaltmak için harekete fotoselli musluklar, yine ortak kullanım alanlarındaki elektrik tüketimini azaltmak içinse

harekete duyarlı aydınlatma sistemleri kullanılmaya başlanmıştır. Tüm bu uygulamalar otellerin enerji tüketimlerini önemli miktarda düşürmüş gerek maliyetler gerekse çevre bakımından olumlu sonuçlar doğurmuştur.

Akıllı bina sistemleriyle birlikte oteller gerek kısmi elektrik ihtiyaçlarını karşılamak gerekse odalara sağlanacak suyu ısıtmak için güneş paneli sistemini kurmuştur. Sektörden örneklandırmek gerekirse Rotorura Oteli, tuvaletlerinde saatte 66 günde ise 1580 litre su harcadığını hesaplamış ardından ilk olarak tuvaletlerde ki muslukları sensörlü musluklarla değiştirmiş ikinci olarak ise odalarda kullanılan duş başlıklarını düşük basınçlı başlıklarla değiştirmiştir. Bu değişikliklerin maliyeti 3060\$ olarak otele yansımışken yalnızca bu iki uygulama otele yedi ayda 5244\$ tasarruf sağlamıştır. Bir başka örnekte ise Sheraton Auckland oteli ise otellerde yıkanan çarşaf, havlu, nevresim gibi yıkanabilir malzemeleri 85°C yerine 65°C' de yıkayarak üç ayda 2000\$ tasarruf sağlamıştır.

Son yıllarda özellikle yenilemeyen enerji kaynaklarının yakın gelecekte tükeneceği varsayımlarıyla birlikte insanlar enerji ihtiyaçlarını karşılayabilecek yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmişlerdir. Bu yönelim sayesinde sıfır enerjili binalar ve neredeyse sıfırlı enerjili binalar kavramları ortaya çıkmıştır. Sıfır enerjili binalar net sıfır fosil tabanlı enerjiye ihtiyaç duyan ve çevreye karbon salınımı yapmayan binalardır. Sıfır enerjili binalar kendi enerjisini kendi içinde üretebildiği için şehir şebekesinden bağımsızdır (Berberoğlu, 2009). Sıfır enerjili binalar bulunduğu bölgenin özelliklerine göre yenilenebilir enerji kaynağını seçmektedir. Örneğin bina, güneşlenme gün sayısı fazla olan bir bölgede inşa edildi ise güneş enerjisinden, rüzgârın fazla olduğu bir bölgedeyse rüzgâr enerjisinden, çok dalgalı bir sahil şeridinde yer alıyorsa dalga veya gel-git enerjisinden kendi enerjisini üretebilir.

Tüm bu maliyet düşürme ve çevresel zararları en aza indirme uygulamaları gün geçtikçe yeni fikirler yeni çözüm yolları ve otel müşterileri açısından deneyimler ortaya çıkarmaya başlamıştır. Otel sektörü sürdürülebilirlik kapsamında akıllı bina uygulamaları ve sıfır enerji uygulamaları gibi tamamen teknik ve inşa gerektiren uygulamalarla beraber şimdi de farklı bir konaklama tipi olan her şey hariç sistemle birlikte sürdürülebilirlik anlayışını uygulamaya koymaya çalışmaktadır.

4. HER ŞEY HARIÇ SİSTEMİ

Otel işletmeleri kendilerini müşteriler gözünde farklılaştıracak yeni bir arayışlar içindedir. Bu durumun nedeni yoğun olarak yaşanan rekabet ortamında farklılık yaratarak müşterileri çekme isteğidir. Bir başka neden ise özellikle ekonomik krizlerden yoğun bir biçimde etkilenen turizm sektörünün varlığını devam ettirebilmek istemesidir. Bu kapsamda düşünüldüğünde hem müşterilere farklı bir deneyim sunması hem de müşteri açısından konaklama maliyetlerini düşürebilmesi aynı zamanda otelin katlanmak zorunda olduğu maliyetleri de minimize edebilmesi açısından ortaya çıkan son uygulamalardan biride her şey hariç sistemdir.

Her şey hariç sistemi, her şey dâhil sistemi içinde sunulan her hizmetin ayrı ayrı fiyatlandırıldığı ve bu hizmetlerin seçiminin müşteriye bırakıldığı bir sistemi tanımlamaktadır. Bu sistemi bir örnek kapsamında açmak gerekirse, bir oda için çarşafın her gün değiştirilmesi istendiğinde farklı haftada bir kere değiştirilmesi istendiğinde farklı fiyatlar sunulmaktadır. Yine bu sistem içinde misafirin kendi sabununu, şampuanını veya saç kremini getirmesi uygulanacak fiyatın farklılaşmasını sağlayacaktır. Odalarda standart keten yatak, kişi başına göre odaya konulan havlu, bir tuvalet kâğıdı rulosu, kâğıt-kalem gibi hizmetler hesaba dâhil olup, sonraki günlerde kullanılacak olan havlular, kâğıtlar, buklet malzemeleri, çarşaf ve yastıklar hesaba eklenecektir (haberturizm.com, 2009). Dışarıdan hizmet alımı her şey hariç otellerde sıklıkla başvurulacak bir uygulama olarak düşünülebilir. Bu noktada hizmet süreçleri otel tarafından dışarıdan sağlanarak çekirdek hizmetlerin üzerine eklenmektedir. Her şey hariç sistemin her şey dâhil sisteme göre en önemli farkı fırsat eşitsizliğini ortadan kaldırmasıdır. Bu konuyu açmak gerekirse iş, alışveriş ve tatil amacıyla gelen müşterileri ele aldığımızda iş için gelen turistin otelde daha az vakit geçireceği, her şey dâhil sistem içinde kendisine sunulan tüm hizmetlerden tatil amacıyla gelen turist kadar faydalanamayacağı ancak her iki turistinde aynı ücreti ödemek zorunda olması fırsat eşitsizliği açısından verilebilecek örneklerdendir. Her şey hariç sistem içinde bir turist ne kadar su, enerji veya hizmet tüketirse tükettiği kadarını ödeyecektir (Kozak, Maviş, Nergis ve Çiçek, 2013: 243). Her şey hariç sistemine ilişkin uygulamalardan ilkinin Güney California

eyaletine bağı San Diego şehrinde Rancho Bernardo Inn oteli başlatmıştır. Bu otel her şey hariç sistemini “survivor” ismiyle duyurmuş. Aynı odada yapılacak bir konaklamanın fiyatının 219\$’dan 19\$’a kadar farklı aralıklarda değiştiğini belirtmiştir. Bu uygulamaya göre iki kişilik oda fiyatı her şey dahil 219\$’dan başlayıp, müşteri kahvaltı istemezse 199\$’a, mini bar ve klima istemezse 159\$’a, müşteri yastık-çarşaf-ışık-havlu-tuvalet malzemesi istemem derse 39\$’a eğer yatakta istemem derse 19\$’a kadar fiyatlar ortaya çıkabilmektedir (turizmdebusabah.com, 2009).

Her şey hariç sistem kısaca müşterinin ihtiyaç duymadığı tüm hizmetleri ortadan kaldırarak gereksiz malzeme, emek ve enerji israfını ortadan kaldırmaktadır. Bu sistemle birlikte müşteri ve otel işletmesi karşılıklı olarak fayda sağlamaktadır. Tükettiği, su ve enerjinin bedelini ödeyecek olan müşteri bu kaynakların tüketiminde, tüketici davranışlarında yer alan ekonomik insan modeli kapsamında rasyonel davranarak, daha az maddi bedel ödemek için daha az tüketecek ve dolayısıyla doğal kaynaklara ve çevreye de olumlu yönde bir katkı yapacaktır. Benzer şekilde otel işletmesi de müşterileri aracılığıyla atık oranlarını düşürecek bu durumda otelin çevresel, sosyal ve ekonomik açıdan sürdürülebilirlik anlayışına katkı sağlayacaktır. Bu açıdan düşünüldüğünde israfı en aza indirmeyi başarabilecek bu sistemin gerek sürdürülebilirlik gerekse yeşil işletmecilik kapsamında ele alınabileceği düşünülmektedir.

5. SONUÇ

Çalışma kapsamında sürdürülebilirliğe, turizm sektörü içinde otel işletmelerinin enerji tüketimlerine ve bu enerji tüketimlerini azaltmak için yapılan farklı uygulamalara değinilmiştir. Söz konusu tüketimlere ilişkin değerler verilerek, her şey hariç sistemde konaklayan bir müşterinin temelinde maliyet kaygısı da olsa bu kaygı neticesinde çevresine olumlu katkı yapabileceğinin üzerinde durulmuştur. Bu noktada alanyazında yer alan çalışmalar taranmış bunun neticesinde her şey hariç sistem, sürdürülebilirlik anlayışı kapsamında ele alınmaya çalışılmıştır.

Her şey hariç sistem Yurtsever’in (2009) yazısında ele aldığı biçimde “her şey hariç, çevre dâhil” sloganyla birebir örtüşmektedir. Her şey hariç sistemin yakın gelecekte sıklıkla kullanılacak bir konaklama türü olacağı tahmin edilmektedir. Bu sistemi sürdürülebilirliğin üç boyutu kapsamında ele almak daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Sürdürülebilirliğin boyutların biri olan çevre kapsamında değerlendirdiğimizde, otellerde uygulanacak her şey hariç sistemi içinde tükettiği her bir kaynağın bedelini ödemek zorunda olan müşteri, tüketici davranışlarının temel kuramlarından biri olan klasik anlayışa göre minimum maliyetle maksimum fayda beklentisi doğrultusunda daha az kaynak tüketecektir. Bu durum doğrudan olmasa da çevreye dolaylı yoldan bir katkı sağlayacaktır. Az kaynak kullanılması sonucunda (Tablo 1) daha az karbondioksit salınımı gerçekleşecek böylece başta küresel ısınma olmak üzere dünya genelindeki birçok olumsuz etkinin yavaşlamasına katkıda bulunacaktır.

Sürdürülebilirliğin “sosyal” veya bir başka ismi olan “toplumsal” boyutu, eğitim ve sağlık benzeri sosyal güvenlik ihtiyaçlarının karşılandığı, yasal ve ekonomik hakların eşit dağıtıldığı, cinsiyet eşitliği ve toplumsal katılımın sağlanabildiği bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Munier, 2005). Bu tanıma paralel olarak doğal kaynakların tüketilmediği, bozulmadığı bir çevrede yaşamının, bu kaynakları gelecek kuşaklara tüketmeden bırakmanın önemli değerlerden biri olduğu anlaşılmaktadır. Tam da bu nokta her şey hariç sistemin kaynak tüketimini azaltması dolayısıyla sürdürülebilirliğin sosyal boyutunu karşıladığını göstermektedir.

Sürdürülebilirliğin diğer bir boyutu olan “ekonomik” boyut ise öncelikle her şey dâhil sistem kapsamında ele alıp sonrasında her şey hariç sistem kapsamında değerlendirmekte fayda vardır. Özellikle her şey dâhil sistemde konaklayan turistlerin maddi gereçlerle otel dışına çıkmaktan kaçındığı ve dolayısıyla çevresiyle düşük ekonomik bir ilişki kurması nedeniyle sürdürülebilirliğin bu noktasına katkı yapmakta eksik kaldığı düşünülmektedir. Ayrıca, her şey dâhil sistem kapsamında çalışan otellerin toplu bir biçimde yiyecek-içecek malzemesi alması ve genellikle tedarikçilerin farklı bölgelerde olması dolayısıyla yerel ekonomilere sınırlı katkılar yapabilmektedir. Ancak her şey hariç sistemde büyük yiyecek-içecek stoklarının olmaması genellikle talep olduğunda üretim yapacak olması nedeniyle yerel firmalarla ekonomik bağı daha kuvvetli olacaktır. Ayrıca, her şey hariç sistemde konaklama maliyetini minimuma düşürme fırsatına sahip olan turist, bütçesini farklı

alanlarda kullanabilecektir. Bu kapsamda farklı yiyecek-içecek işletmelerinden faydalanacak, çevre gezilerine katılacak dolayısıyla ekonomik anlamda bölgeye daha çok katkıda bulunabilecektir.

Her şey hariç sistemle birlikte müşteriler, kendileri için gereksiz hizmetleri istemeyerek, tatil bütçesini artıracak böylece tatil süresini veya görmek istediği destinasyon sayısını artırabilecektir. Bununla birlikte otel işletmeleri maliyetlerini en aza indirecek sunduğu farklı seçeneklerle de pazarda rekabet avantajı sağlayabilecektir.

Yakın gelecekte özellikle fosil yakıtların tükeneceği, yerel halkla etkileşime geçmek isteyen turist tiplerinin egemen hale geleceği, hükümetlerin enerji tüketimini azaltmaya yönelik veya kendi enerjisini üreten tesislere teşvik programlarını arttırmasıyla birlikte maliyetlerini düşürmek isteyen ve çevreye duyarlı otelcilerin benimseyeceği bir sistem olarak her şey hariç sistemin yaygınlaşması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Atay, L. ve Dilek, S. E. (2013). Konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamaları: Ibis Otel örneği. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1).
- Berberoğlu, U. (2009). Sürdürülebilir Mimarlık Anlayışı Çerçevesinde Enerji Verimliliği Kavramının Güncel Konumu Ve Yeni Yaklaşımlar, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. Journal of sustainable tourism, 1(1), 1-5.
- Chapin III, F. S., Torn, M. S., & Tateno, M. (1996). Principles of ecosystem sustainability. The American Naturalist, 148(6), 1016-1037.
- Crick, M. 1989. Representations of international tourism in the social sciences. Annual Review of Anthropology, 18: 307-44.
- Collin, P. (2010). Dictionary of Environment and Ecology: Over 7,000 terms clearly defined. A&C Black.
- Dunlap, R. E. (1994). The nature and causes of environmental problems: A socio-ecological perspective. *Environmental and Development: A Sociological Understanding for the Better Human Conditions*, Seoul, 45-84.
- European Environment Agency. (2001). European Environment Agency regular indicator report. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Gössling, S. (2000). "Tourism-Sustainable Development Option?" Environmental Conservation, vol. 27, no. 3, pp. 223-224
- Hall, C. M. 1991. Introduction to Tourism in Australia: Impacts, Planning and Development, Melbourne: Longman Cheshire.
- Karabulut, E. (2003). İşletmelerde Çevre Bilinci ve Yeşil Yönetim Uygulamalarının İşletme Başarısına Katkısını İncelemeye Yönelik Bir Araştırma, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kaya, L.G. and Smardon, R. 2001. Sustainable Tourism Development: The Case Study of Antalya, Turkey. U.S. Dept. of Agriculture, Forest Service, Northeastern Research Station, 2001. General Technical Report NE: 222-227.
- Kozak, A. M., Maviş, F., Nergis, G.H. ve Çiçek, D. (2013). *Otel işletmelerinde yönetim fonksiyonel yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- McCool, S. F. ve Moisey, R. N. (2001). Tourism, recreation, and sustainability: Linking culture and the environment. NY: Cabi Publishing.
- Munier, N. (2005). *Introduction to Sustainability: Road to a Better Future*. Dordrecht: Springer, s. 1.
- Nemli, E. (2000). Çevreye duyarlı işletmecilik ve Türk sanayiinde çevre yönetim sistemi uygulamaları. İstanbul Sanayi Odası, Çevre Şubesi.
- Öger. (2011). Güneş Soğutuyor ve Isıtıyor Sempozyumu. http://www.solar-academy.com/menu_detay.asp?id=1138, Erişim: 05.07.2017.

- Sünnetçioğlu, S. ve Yılmaz, B. S. (2015). İzmir'deki Restoran Yöneticilerinin Sürdürülebilir Restoran İşletmeciliği Üzerine Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5(1).
- Turizmde Bu Sabah. (2009). Yatak istemem diyen müşteriye 19 dolarlık oda. <http://www.turizmdebusabah.com/haberler/bu-otelde-her-sey-haric-sistemi-uygulaniyor-47267.html>, Erişim: 07.07.2017.
- Turgut, N. (1997). "Sürdürülebilir Kalkınmanın Sağlanmasında Katılımın Rolü", *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgileri Fakültesi Dergisi*, Cilt: 52, Sayı: 1, s.701-715.
- UNEP. (2005). *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*. World Tourism Organization Publications.
- Yurtsever, İ. (2009) Çevreci all exclusive (Her şey hariç - Çevre dahil). <http://www.haberturizm.com/Yazar/Izzettin-Yurtsever/Cevreci-all-exclusive-Her-sey-haric---Cevre-dahil.php>, Erişim: 07.07.2017.

TARİHİ MAHALLELERDEKİ TURİZM ODAKLI MÜDAHALELERİN MAHALLE SAKINLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ; AMASYA, SOFULAR MAHALLESİ

Aslı ALTANLAR

Yrd. Doç. Dr. Amasya Üniversitesi Mimarlık Fakültesi,
asli.altanlar@gmail.com

İbrahim KAVAK

Arş. Gör. Amasya Üniversitesi Mimarlık Fakültesi,
ibrahimkavak@amasya.edu.tr

Lale GÜREMEN

Yrd., Doç. Dr. Amasya Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi,
lale.guremen@amasya.edu.tr

Özet

Tarihi konut alanları çeşitli müdahale biçimleriyle seyirlik mekanlar olarak turistlerin ve ziyaretçilerin tüketimine sunulmaktadır. Bu süreçte kamu kaynakları kentlilerin gereksinimi olan kentsel hizmetlerin ve donatı alanlarının sağlanması yerine kent merkezinin turizm için bir çekim alanı olarak düzenlenmesi gibi uygulamalara seferber edilmeye başlanmıştır. Bu durum kentsel arazi ve gayrimenkul fiyatlarının artışına zemin hazırlayarak yerin sakinlerinin yerinden edilme süreçleri ile karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Bu nedenle bu çalışma turizm gelişmesinin geniş kapsamlı dinamiklerinin ilişkisini göz önünde bulundururken, yerel yönetimler tarafından turizm pazarına sunulması düşünülen tarihi mahallelerin sakinlerinin turizm odaklı müdahalelerin etkilerini algılayışlarını ve bu algıları etkileyen faktörleri keşfetmeyi amaçlamaktadır. Bu amaçla Amasya ilinin merkezinde Osmanlı sivil mimarisinin tüm özelliklerini taşıyan Sofular Mahallesi sakinleri ile anket çalışması yapılmıştır. Mahalle sakinlerinin turizm odaklı müdahaleleri nasıl algıladıklarını ortaya koymak amacıyla elde edilen verilere temel bileşenler analizi ve mahallelinin turizm algısında etkili olan faktörlerin katılımcının hangi özelliklerine göre farklılaştığını ortaya koymak içinde One-Way Anova analizini kullanmıştır. Yapılan çalışmada mahalle sakinlerinin mahalle kimliğinin ve özgünlüğünün bozulacağı; mahallelinin yaşam tarzlarının, komşuluk ilişkilerinin ve tüketim davranışlarının değişeceği; mahallede kiraların ve gayrimenkul fiyatlarının birdenbire artmasıyla mahallelinin dezavantajlı duruma düşerek yerinden edilme ile karşı karşıya kalacakları endişesiyle turizm odaklı müdahaleler ile turizm gelişmesini endişe ile karşıladıklarını ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm etkisi, turizm algısı, soylulaştırma, Amasya, Sofular mahallesi.

EFFECTS OF TOURISM ORIENTED INTERVENTIONS ON COMMUNITY DWELLERS IN HISTORICAL DISTRICTS: AMASYA SOFULAR DISTRICT

Abstract

Historical districts with several intervention methods are supplied as belvedere spaces to consumption of tourists and visitors. In this process, public resources are started to spend on the arrangement of city centers for attractive focal point for tourism instead of spending on urban services and urban service areas. This condition leads to increase of prices of urban land and real estate values, and this becomes the basis for the displacement process of community dwellers. For this reason, this study aims to discover the perceptions of historical site dwellers about the tourism oriented interventions and the factors that affect these perceptions as well as identifying the comprehensive dynamics of tourism development. For this reason, a questionnaire is given at Sofular District in Amasya which own all peculiarities of Ottoman civil architecture. Principal components analysis is used to understand the perceptions of dwellers on tourism oriented interventions and One-Way Anova analysis are used to understand how differs these perceptions according to various characteristics of participators. This study exerts that dwellers are anxious about the tourism oriented interventions and tourism development in the area as they think that district identity would be spoiled, life styles, neighborhood relations and consumption patterns would differ, and fear of displacement due to an increase of rent and real estate values in the district.

Keywords: Tourism effect, Tourism perception, Gentrification, Amasya, Sofular District.

1. GİRİŞ

Sermayenin küresel ölçekte akışkanlığını sağlamak adına kentlerin giderek daha fazla serbest piyasa ekonomisinin koşullarına uyum sağlaması ve birer marka yaratma çabaları, kültürün, tarihin ve mekanların pazarlanmasına ve kentlerin birer gösteri merkezine dönüştürülerek uluslararası turizm pazarına sunulmasına neden olmuştur (Grodach ve Loukaitou-Sideris, 2007, s.359). Uluslararası turizm pazarında söz sahibi olabilmek için yarışan kentler, kentsel imajının belirlenmesinde sembolik ikon olabilecek yeni işaret öğelerinin geliştirilmesi; büyük organizasyonlar ve fuarların düzenlenmesi, tarihi çevrenin kültür, sanat veya eğlence gibi spesifik bir temaya odaklanması yoluyla yeniden değerlendirilmesi ve geliştirilmesi gibi stratejilere başvurmaktadır (Rogerson, 2006: s.149; Hall, 1998, s.91- 92; Evans, 2005, s.968). Bu süreçte merkezi ve yerel yönetimler etkin ve belirleyici bir rol oynamaktadır. Çünkü merkezi ve yerel yönetimler kentlerin yerel ve uluslararası sermayenin yatırımları için hazır hale getirilmesi, kent merkezlerinin turizm için bir çekim alanı olacak şekilde yeniden düzenlenmesi gibi süreçleri sistematik olarak tasarlayan ve yasal, ekonomik, fiziki ve siyasi koşulları hazırlayan temel aktördür. Bu tür stratejiler ile turizm açısından ilgi çeken kentsel bölgeler turistlerin ve yüksek gelir sahibi grupların tüketim alışkanlıklarına hitap edecek şekilde lokantalar, gece kulüpleri ve barlar, butikler gibi kullanımların yer aldığı ticaret ve eğlence merkezi niteliğine bürünmektedir (Grodach ve Loukaitou-Sideris, 2007, s.353-355; Evans, 2005, s.968-969). Bu süreçte kamu kaynakları kentlilerin gereksinimi olan kentsel hizmetlerin ve donatı alanlarının sağlanması yerine yerel ve uluslararası sermayenin yatırımlarını çeken birer yem olarak seferber edilmektedir (Featherstone, 1996, s.176). Sermayenin akışkanlığının bu şekilde artırılması çabası kent mekanında eşitsiz gelişmeyi de hızlandırarak toplumsal ilişkiler, tüketim alışkanlıkları, kültür, vb. gibi pek çok alanda da köklü değişimlere de neden olmaktadır (Uysal, 2006, s.8). Kent merkezinde yaşanan bu değişim ise alt gelir grupları, sanayide veya hizmetlerde düşük ücretlerle ve kötü koşullar altında çalışan işçi kesimi, kayıt dışı ekonominin işgücünü oluşturan kesim, göçmen ve sığınmacıların merkezin hem kamusal hemde özel alanlarından adeta sürülmeleri anlamına gelmektedir (Enlil, 2000, s.49). Benzer bir şekilde, bu durum çok uluslu şirketlerin, yerel işletmeleri sömürmesine de yol açabilmekte ve bu şekilde küçük ölçekli girişimciler zamanla piyasadan uzaklaştırılmakta ya da çekilmek zorunda bırakılmaktadır (Altanlar, 2015, s.62).

Kentlerde gerçekleştirilen öncü projelerin (flagship project) hiçbir zaman bireysel girişimlerle veya küçük ölçekli bir yatırımcı tarafından hayata geçirilemeyecek kadar büyük ölçekli olduğu aşikârdır. Bu nedenle, bu tür büyük ölçekli projelerin uygulanması için kentsel müdahale alanlarının belirlenmesinde aktif olarak rol alan iki taraftan bahsetmek mümkündür: Devlet (merkezi ve yerel yönetimler) ve uluslararası ve büyük ölçekli ulusal yatırımcılar. Bu anlamda, önce mahalle ve sonra kent ölçeğinde gerçekleşen bu süreçler, “yaşanabilir ve sürdürülebilir kentin” kimler için üretilip kimleri dışladığının da resmini çizmektedir. Bu, türden büyük kapsamlı projelerin yarattığı sosyal ve fiziksel dönüşüm haklar ve kimlikler ilgili pek çok problemi de beraberinde getirebilmektedir (Huning ve Novy, 2006, s.7; Sönmez, 2014, s.45). Özellikle meydana gelen dönüşümden elde edilen yarar yerin sakinleri ve yerel işletmelere homojen olarak dağıtılmadığında bu gerginlik ve çatışmalar daha belirgin olarak ortaya çıkabilmektedir (Bolzoni, 2013, s.20-21).

Buraya kadar bahsedilenlerden de anlaşıldığı üzere turizmin gelişmesinde ve turistik tüketime ayrılan alanların belirlenmesinde aslında aktif olarak rol alması gereken üç taraf vardır; Devlet (merkezi ve yerel yönetimler), girişimciler ve/veya yatırımcılar ve yerin sakinleri. Turizmin geliştirilmesi için merkezi ve yerel yönetimler gerek özel sektörün belli alanlara yatırımını teşvik ederek, gerekse kimi zaman kentin imajını yükseltmeye ve yerel yaşam kalitesini arttırmaya yoğunlaşarak turistik ticarete olanak sağlayacak girişimlerde bulunmaktadır. Girişimcilerde karar vericilere benzer bir şekilde turizm gelişmesini destekler bir tutum sergilemektedir. Yerin sakinleri ise tıpkı yatırım gücü olmayan küçük ölçekli yerel işletmeler gibi bu sürecin dışında kaldıkları için turizmin gelişmesine karşı ya da en azından eleştirel olabilmektedir (Bolzoni, 2013: s.17; Altanlar, Enlil ve Kalkan Açıkkanı., 2017, s.418). Çünkü yerin sakinleri ve yerel işletmeler turizmin yarattığı faydaların pek çoğunun dışında bırakılabilmekte ve hatta turistik bölgedeki kiralardan ve gayrimenkül fiyatlarının birdenbire artmasıyla dezavantajlı duruma düşebilmektedir. Bu nedenle yerin sakinleri turizm gelişmesinin kentsel mekanda ortaya çıkardığı ikiciliklerden en çok etkilenen taraf olmaktadır (Huning ve Novy, 2006: s.2-3). Tabi

ki meydana gelen gelişme sadece sembolik olarak o yerin sakinlerini etkileyen bir etki değildir, aynı zamanda bu özel alanı kullananları, turistleri ve çalışanları da etkilemektedir. Ancak onlar problemin tanımlanmasında ya da fikir birliğinin sağlanmasında aktif olarak rol almamaktadırlar (Bolzoni, 2013, s.20-21).

Evans (2005), turist çekmek için geliştirilen stratejilerin başarılı olabilmesi için sadece finansal kaynakların sağlanması ve orijinal bir tasarım olmasının yeterli olmadığını vurgulayarak, birçok faktöre ihtiyaç duyulduğuna dikkat çekmektedir. Bu faktörlerden en önemlisi de yerel toplumların aktif desteğinin sağlanmasıdır. Judd (1999, s. 36-39), turist çekmeye yönelik olarak planlanmış, alışveriş merkezleri, stadyumlar, akvaryumlar, casinolar, kongre merkezleri, lüks oteller gibi kullanımlarla oluşturulan turist bölgelerini turist balonu (*Tourist bubble*) olarak adlandırmaktadır. Yerel toplumların aktif desteğinin sağlanması için de yalıtılmış turist balonlarından (*Tourist bubble*) uzak durulmalıdır. Çünkü yerel toplumların aktif desteğini almadan ya da onlardan soyutlanarak sadece turist çekmek amacıyla inşa edilen turist baloncukları o bölgede yaşayanlar tarafından red edilmişlerdir (Evans, 2005, s.968). Anlaşıldığı üzere turizm odaklı kentsel gelişme stratejilerinin başarılı olabilmesi için turizm ve kentsel yaşam birbirinden ayrıştırılmamalıdır. Her ne kadar turist balonları için genellikle toplumsal kutlamalara uygun yerler olduğu için toplum dayanışması ve ruhunu beslemeye yardımcı olacağı savı ortaya atılsa da, turist balonları çevredeki şehir manzarasından keskin bir şekilde farklılaşarak daha varlıklı insanların saf tüketim yerleri haline gelebilmekte ve dolayısıyla kentsel ayrışmaya hizmet eden mekanlar haline gelmektedirler. Başka bir ifadeyle, turist balonunun dışında yer alan şehrin önemli alanları, fiziksel tahribat, suç ve yoksullukla mücadele ederken, turistik yerler eğer tüketim ve oyuna dayalı yapay ve ayrıştırılmış bir çevre olarak yapılandırılırsa turizm aynı zamanda yukarıda sözü edilen bölücü etkiye de sahip olabilmektedir (Judd, 1999, s.51-53). Bu sürecin ayrışma ve çatışmalara neden olmadan sağlıklı ve verimli bir şekilde yönetilmesi için yerel toplumu turizm gelişim sürecine dahil etmek, onların bu konudaki görüş ve önerilerini almak, gelecekteki turizm gelişmesini teşvik yönünde karşılıklı fikir alışverişi yapmak, yerin sakinlerinin kendilerini bu sürecin bir parçası olarak hissetmeleri ve destek vermeleri açısından oldukça önemlidir. Yerel topluma rağmen bir turizm faaliyeti söz konusu olmayacağı için yerin sakinlerinin turizm desteğinin ölçülmesi ve eğer var ise turizme karşı olumsuz algı ve tutumların nedenlerinin araştırılması son derece önem arz etmektedir.

Buraya kadar aktardığımız meselelerden anlaşıldığı üzere bu çalışma turizm odaklı gelişme süreçlerinde kendini temsil etme olanağı bulamayan yerin sakinlerinin turizm gelişmesine dair algı ve tutumlarına odaklanmaktadır. Turizm etkilerinin algılanma düzeylerinin yerel halkın turizm desteği üzerinde de etkisi olduğu düşünülmektedir. Bu nedenle ilk olarak, Sofular mahallesinin sakinlerinin turizm algısının oluşmasında turizmin söz konusu etkilerinden hangilerinin ne düzeyde etkili olduğu sorusuna yanıt aranmaktadır. İkinci olarak söz konusu etkiler konusunda mahalle sakinlerinin ikilemleri ve endişelerinin neler olduğu keşfedilmeye çalışılmaktadır. Üçüncü olarak mahalle sakinlerinin cinsiyetleri, yaşları ve gelir durumları gibi demografik özellikleri ile birlikte mahallede ikamet etme süreleri, oturdukları evin mülkiyet durumu gibi değişkenlere göre turizm etkilerini algılamalarında bir farklılık olup olmadığı da belirlenmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Turizm Araştırmaları ile İlgili Çalışmalara Genel Bir Bakış

Turizm konusundaki ilk çalışmaların, turizmin ekonomik etkileri ile turistlerin özelliklerine odaklandığı görülmektedir. Turizmin ekonomik etkileri analiz edilirken, araştırma sorusuna bağlı olarak, pek çok şey göz önünde bulundurulmaktadır. Bunlar turizmin arsa değerleri üzerindeki etkisi, turizm sayesinde elde edilen gelirler ve iş olanakları, ofis yapıları (commercial building), konutlar yada işletmeler için yapılan yatırımlar, kira bedellerinin incelenmesi, ya da tüm bunların birleşiminin bir analizi olarak karşımıza çıkabilmektedir. Ancak turizmin gelişme yönünün doğru şekilde belirlenebilmesi için sadece ekonomik etkilerini anlamak yeterli değildir. Turizmin etkilerini anlamada politik ve akademik arenalarda, ekonomik gelişme ön sırada yer alsa da, son zamanlarda giderek artan

bir şekilde sosyal ve kültürel gelişmeye olan etkilerinin araştırılmasının gerektiği konusunda fikir birliğine varılmıştır (Huning ve Novy, 2006, s. 4).

Ekonomik göstergelere ek olarak 1980’li yıllarda turizm araştırmalarının turizmin pazarlanması ve turistik ürünlerin geliştirilmesi amacıyla turistlerin doğasını anlamaya yönelik yapıldığı anlaşılmaktadır (Çeken, 2003, s.300). Bu amaçla yapılan araştırmalar, daha çok turistlerin turistik tüketim alışkanlıklarını belirleyen kişisel özellikleri, motivasyonları, davranış ve tutumlarını anlamaya yönelik niceliksel bir yaklaşım ortaya koymaktadır (Richards ve Munsters, 2010, s.1-4).

1990’lı yıllara gelindiğinde ise turistlerin tüketim alışkanlıklarını anlamaya yönelik yapılan araştırmalara turist ile turist kabul eden yöre halkının birbirleriyle iletişim ve etkileşime girmeleri sonucunda ortaya çıkabilecek olumlu ve olumsuz toplumsal etkileri anlamaya yönelik çalışmalar eklenmektedir (Avcıkurt, 2009, s.85-86; Kozak, Kozak ve Kozak , 2013, s.88; Richards ve Munsters, 2010, s.1-4).

2000’li yılların başlarında ise turizm araştırmalarının büyük bir çoğunluğunun turizmin sosyal, ekonomik ve çevresel etkilerinin yerel halk tarafından nasıl algılandığını ortaya koymaya yönelik gerçekleştirildiği görülmektedir (Yoon, Gürsoy ve Chen, 2001, s.363; Yoon, 2002, s.38-40, Chen, 2000, s.6; Andereck, Valentine, Knopf, ve Vogt, 2005, s.28-29; Coccossis, Mexa, Collovini, ve Konstandoglou, 2002). Bu kapsamda araştırmacılar turizmin yerel halk tarafından algılanan ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel etkisi ile turizm gelişmesine karşı verdikleri destek arasındaki ilişkiyi anlamaya çalışmaktadır (Cengiz ve Kırkbir, 2007, s.22-23; Yoon, 2002, s.52-53).

Son birkaç yıldır ise, “turizm bir toplumdaki insanların yaşam kalitesini etkiler” savından hareketle, yerel halkın turizmin yaşam kaliteleri üzerindeki etkilerini algılayışı ile turizme verdikleri destek arasındaki ilişkiyi çözümlenmeyi hedefleyen araştırmalar da yapılmaktadır (Andereck ve Nyaupane, 2011 s.249-251; Altanlar, 2015, s.112-113). Bu tür araştırmalar, turizmin yaşam kalitesi üzerindeki etkisini anlayabilmek için yerel halkın davranış ve tutumlarını tanımlamaya odaklanmakta ve yerel halkın yaşam kalitesi algısı ile turizm odaklı kalkınma politikalarına yönelik verilen destek arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışmaktadır (Andereck ve Nyaupane, 2011 s.249-251; Altanlar, 2015, s. 107; Altanlar ve Enlil, 2016, s. 387-390; Altanlar, 2017, s. 414-416).

Turizm üzerine yapılan araştırmaların yörüngesindeki bu değişim süreç içerisinde kullanılan yöntemlerin de değişmesi ile sonuçlanmıştır. Turizm ile ilgili araştırmalar turizmin ekonomik boyutundan üretimin ve tüketimin sosyal ve kültürel boyutlarına doğru yön değiştirdikçe, niceliksel araştırma yöntemlerine ek olarak niteliksel araştırma yöntemlerinin de tercih edilmeye başlandığı görülmektedir. Bu eğilimin en önemli nedeni, niteliksel araştırmaların herhangi bir ortamda gerçekleşen bir durumun hangi koşullarda, neden ve nasıl gerçekleştiğini anlamaya yönelik betimleme yapmaya olanak tanınmasıdır (Richards ve Munsters, 2010, s.3-5). Nitel ve nicel yaklaşım genellikle farklı araştırma yöntemlerini içermesine rağmen, her iki yöntemin de genel resme eklediği anlayışlardan dolayı birbirlerini tamamladığı söylenebilir (Melkert ve Vos, 2010, s. 35-37).

2.2. Turizmin Yerin Sakinleri Üzerindeki Etkilerine İlişkin Algı ve Tutumlar

Yerel halkın turizm desteğini etkileyen faktörleri tespit etmek üzere yapılan çalışmalara odaklandığımızda, turizm desteğini etkileyen faktörleri turizmin ekonomik etkileri, sosyal etkileri, kültürel etkileri ve çevresel etkileri başlıkları altında toplamak ve bu etkilerin çalışmaların uygulandıkları bölgelere göre de farklılık gösterdiğini ifade etmek mümkündür (Yoon vd. 2001, s.369-371 ; Yoon, 2002, s. 91-96; Cengiz ve Kırkbir , 2008, s. 138-140; Özaltın Türker ve Türker, 2014, s.88). Örneğin, Chen, (2000, s.15-18)’in Virginia eyaletindeki bölge sakinlerinin turizm sadakatini anlamaya yönelik yaptığı çalışmada, turizm sadakatinin “faydalar”, “etkiler” ve “eşitlik” faktörlerinden etkilendiğini ortaya koymaktadır. Yoon vd. (2001)’nin Virginia eyaletinde yaptıkları çalışmalarında ise, turizm desteğinde etkili olan faktörler ekonomik etkiler, sosyal etkiler, kültürel etkiler ve çevresel etkiler olarak ortaya konulmuştur. Yine aynı çalışmada turizm desteğinde en çok katkıya sahip olan faktörün ekonomik etkiler faktörü olduğu ortaya konulurken, çevresel etkiler faktörünün de turizm desteğini önemli ölçüde etkilediği ifade edilmektedir (Yoon vd. 2001, s.369-371). Çalışkan ve Tütüncü (2008, s.138-140)’nün Kuşadası’nda yaptıkları çalışmalarında ise, turizmin

etkilerini belirleyen faktörlerin sırasıyla “duygusal bağlılık”, “negatif etkiler”, “dış çevre”, “iç çevre”, “ekonomik etkiler”, “ekonomik beklentiler”, “turizm arzı ve tanıtım” faktörlerinden oluştuğu ileri sürmektedirler. Cengiz ve Kırkbir (2008, s.141)’in Bodrum bölgesinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında ise, yerel halkın turizm desteğinde turizmin ekonomik etkilerinden çok sosyal yapı ve sosyal yaşamın ön plana olduğu tespit edilmektedir. Özalın Türker ve Türker (2016, s.14) ’in Dalyan ilçesinde yaptıkları çalışmalarında ise, toplam turizm etkisine en fazla katkıda bulunan faktörün çevresel etkiler faktörü olduğu, diğer etkili olan faktörlerin de sırasıyla sosyal etkiler, ekonomik etkiler ve kültürel etkiler olduğu belirlenmektedir. Altanlar (2015, s.275-276)’ın benzer çalışmalardan farklı olarak İstanbul’un Boğaziçi bölgesinde yaptığı çalışmasında ise, yerel toplumun turizm desteği üzerinde en çok etkiye sahip olan faktörün “politik çevre algısı” olduğunu ortaya koymaktadır. Yine bu çalışmada turizm desteğini etkileyen ikinci sıradaki faktörün, “fiziksel çevre algısı”; üçüncü sırada “kültürel faaliyetlere katılım” faktörü tespit edilmektedir. Akova (2006, s.10-11)’nın da Cumalıkızık köyünde 2001 ve 2003 yıllarında yaptığı alan çalışması yerel halkın algı ve tutumlarının süreç içerisinde nasıl değiştiğini ortaya koyması açısından oldukça önemlidir.

Literatürde turizmin olumlu ve olumsuz etkileri üzerine ve yerel halkın turizme bakış açısına ilişkin pek çok çalışmaya daha ulaşmak mümkündür. Çalışmaların turizm faaliyetlerinin çok etkin bir şekilde gözlemlenebildiği bölge ve kentlerde yapıldığı gibi (Kuşadası, Bodrum, Boğaziçi Bölgesi, Cumalıkızık köyü vb.) turizm faaliyetlerinin henüz başlangıç veya gelişim aşamasında olan ancak turizm pazarında yer edinmek isteyen bölge ve kentlerde de (Akçakoca, Afyonkarahisar, Van, Sivas gibi) yapıldığı anlaşılmaktadır.

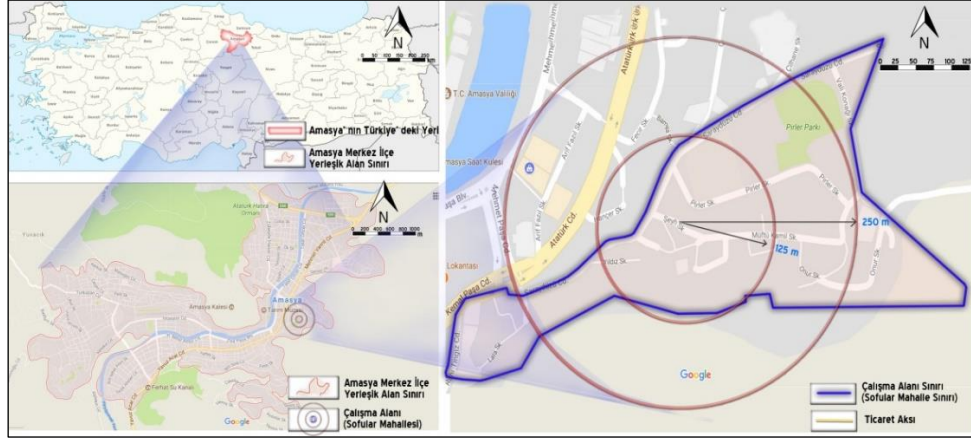
Bu çalışmanın literatürde yer alan diğer çalışmalardan en önemli farkı ise alan araştırmasının mahalle ölçeğinde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Çünkü bir kentte sürdürülebilir bir turizm gelişimini teminat altına alabilmek için öncelikle o kentin koşullarını belirleyen dinamikleri doğru olarak ortaya koymak gerekmektedir. Bu değerlendirmeyi doğru bir şekilde yapabilmek için bölgenin tarihi, doğal ve fiziksel çevre özellikleri, kültür sanat mekanları ve kültürel etkinliklerin belirlenmesi kadar yaşayanların değerlerini, bilinç ve becerilerini, yaşam alışkanlıklarını, eğilimlerini ihtiyaç ve taleplerini belirlemek gerekmektedir.

Turizm ile ilgili yapılan çalışmalar genel olarak kentin belirli bölgelerine ilişkin ayrıntılı açıklamalardan çok yerleşmenin tümüne yönelik olarak gerçekleştirilmektedir. Bu tür yaklaşımlarda alt ölçekte ayrıntılı sorunlar ve bunların çözümüne ilişkin önlemler alınması noktasında yanıltıcı olabilmektedir. Bu nedenle yerin sakinlerinin turizm gelişmesine karşı davranış ve tutumlarının belirlenmesinde mahalle ölçeği ve/veya komşuluk ünitelerinde yapılacak çalışmaların alt ölçeklerde geliştirilecek olan turizm faaliyetlerine dair daha doğru bir bakış açısı ortaya koyacağı düşünülmektedir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Alanının Seçimi ve Kriterleri

Bu çalışmada, çalışmanın kısıtlılıkları (maddi olanaklar, zaman ve personel gibi) düşünüldüğünde araştırmanın Amasya’daki tüm tarihi mahallelerde eş zamanlı olarak gerçekleştirilmesindeki güçlükler göz önüne alınarak, Amasya ilinin merkez ilçesindeki tarihi mahalleler içerisinde Sofular Mahallesi araştırma alanı olarak seçilmiştir (Şekil 1).



Şekil 1. Sofular Mahallesi'nin konumu

Bu mahallenin araştırma alanı olarak seçilmesindeki en önemli etmenleri şu şekilde açıklamak mümkündür: Öncelikle Sofular mahallesi halen geleneksel Osmanlı mahallesi dokusunu korumaktadır. İkinci olarak Sofular Mahallesi, orta ve yoksul-alt sınıf mahalle sakinlerinin mülkiyetinde olan ancak kentsel arazi içinde öncelikli olarak bir yatırım aracı haline gelebilecek önemli bir tarihi mahalledir. Günümüzde mahallenin tarihi çevresini; tarihi konutların yanı sıra 15. yüzyılda yapıldıkları bilinen mescit, tekke ve türbeden oluşan Çilehane (Yakup Paşa), Şücaeddin Pir İlyas Türbesi ve Abdullah Paşa tarafından yaptırılan “Darülhadis Cami” oluşturmaktadır. Dini yapılar ve günümüze kadar ulaşamayan “Darülkuradan” oluşan külliye nedeniyle mahallenin 15. yüzyılda önemli bir inanç merkezi olduğu düşünülmektedir (Tanman, 1993, p. 534). Sofular Mahallesi geçmişten günümüze sosyal çevre bakımından bir değişime uğrasa da halen mahalle kimliğini korumaktadır (Özdemir, Doğanbaş, Yancı, Yılmaz, Uçar, ve Ağaoğlu, 2007, s.30).

3.2. Örneklem Seçimi ve Yöntemi

Araştırmada veri ve bilgilere ulaşmada yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Sofular Mahallesi'ndeki 2016 yılı hane sayıları oluşturmaktadır. 2016 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemi verilerine göre Sofular Mahallesi'nde bulunan 140 hanede toplam 480 kişi yaşamaktadır (TÜİK, 2016). Araştırma kapsamında toplam 140 hane için örneklem sayısı 103 olarak belirlenmiştir. Örneklem büyüklüğünü hedef kitledeki birey sayısının ya da birim sayısının bilindiği durumlar için kullanılan “ $n = Nt^2 * pq / d^2 * (N-1) + t^2 * pq$ ” formülü kullanılmıştır. Güven düzeyi %95 yani $\alpha=0,05$ örnekleme hatası $\pm 0,05$ ve oranlar $p=0,5$; $q=0,5$ olarak alınmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan 2007, s. 48). Her haneden bir kişi ile görüşülmesi hedeflenmiştir. Anketler Mart- Ağustos 2017 tarihleri arasında hafta içi ve hafta sonunda dahil olmak üzere “basit rastlantısal örneklem yöntemi” kullanılarak uygulanmıştır. Bu süreç içerisinde ankete toplam 56 hane cevap vermeyi kabul etmiştir.

Anket formu Yoon, (2002, s. 65), Yoon vd. (2001, s.366), ve Altanlar (2015, s.436)'dan uyarlanarak hazırlanmıştır. Ancak bu çalışmada alışlagelmiş ölçeklerden farklı olarak Altanlar (2015, s.436)'te olduğu gibi özellikle soylulaştırma sürecine atıfta bulunan ifadeler de yer verilmiştir.

Anket formunun ilk bölümünde demografik (yaş, cinsiyet, gelir durumu, eğitim, medeni hal) değişkenler ve mahalledeki yaşam süresi ve oturdukları konutun mülkiyet durumu ilgili sorulara yer verilmiştir. Anketin ikinci bölümünde ise ileri sürülen teorik yapıyı ölçecek 34 ifadeye yer verilmiştir. Ankette yer alan tüm ifadeler tutum ölçeklerinden biri olan 5'li Likert Ölçeği ile değerlendirilmiştir (1=kesinlikle katılmıyorum... 5 =kesinlikle katılıyorum). Anketin son bölümünde ise genel turizm algısını ölçebilmek için 5 (beş) adet soru sorulmuştur.

3.3. Araştırma Verilerinin Ölçüm Yöntemi

Anketlerden elde edilen veriler SPSS paket programındaki veri tabanına girilmiştir. Öncelikle elde edilen tüm verilerin frekans ve yüzde dağılımları analiz edilmiştir. İkinci olarak, mahalle sakinlerinin turizm etkilerine ilişkin algılarının belirlenmesi için hazırlanan değerlendirme ölçeğinin faktör analizine uygun olup olmadığını değerlendirebilmek amacıyla, öncelikle Barlett ve Kaiser-Meyer-

Okin (KMO) testleri uygulanmıştır. Barlett ve Kaiser-Meyer-Okin (KMO) testlerinin sonucunda KMO değeri 0,50 ile 1 arasında bir değer alıyor ise veri matrisinin Temel Bileşenler Analizi için uygun olduğu anlaşılmaktadır (Çokluk, vd. 2012. s.10). Üçüncü olarak mahalle sakinlerinin turizm odaklı müdahaleleri nasıl algıladıklarını ortaya koymak amacıyla elde edilen verilere “Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis-TBA)” uygulanmıştır. Son olarak mahalle sakinlerinin turizmde destek verme düzeyini şekillendiren faktörlerin katılımcıların hangi özelliklerine göre farklılaştığını ortaya koyabilmek içinde bağımsız örneklemeler için Tek- Faktörlü Varyans (One-Way Anova) analizi yapılmıştır.

4. BULGULAR

Sofular mahallesi anket verileri analiz edildiğinde, katılımcıların yaşlarının %7,1’ inin 20-26 yaş arası, %17,9’ unun 27-37 yaş arası, %21,4’ ünün 38-48 yaş arası, %23,2’ sinin 49-59 yaş arası, %23,2’ sinin 60-79 yaş arası, %7,1’ inin 71 yaş ve daha fazla olduğu tespit edilmektedir.

Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı incelendiğinde ise, %67,9’unun kadın ve %32,1’inin erkek olduğu tespit edilmektedir. Ayrıca katılımcıların %14,3’ ünün ilkökul mezunu, %25’ inin ortaokul mezunu, %21,4’ ünün lise mezunu, %5,4’ ünün yüksekokul mezunu, %10,8’ inin lisans ve lisansüstü mezunu olduğu; %73,2’ sinin evli, %7,1’ inin bekar, %1,8’ inin dul ya da boşanmış, %17,9’ unun sözlü ya da nişanlı olduğu görülmektedir (Tablo 1).

2017 yılı temmuz ayı verilerine göre dört kişilik bir ailenin sağlıklı, dengeli ve yeterli beslenebilmesi için yapması gereken aylık gıda harcaması tutarı (açlık sınırı) 1.479,66 TL, gıda harcaması ile birlikte giyim, konut (kira, elektrik, su, yakıt), ulaşım, eğitim, sağlık ve benzeri ihtiyaçlar için yapılması zorunlu diğer aylık harcamalarının toplam tutarı ise (yoksulluk sınırı) 4.878,38 TL olarak tespit edilmiştir (TES-İŞ, 2017). Bu bağlamda Sofular mahallesinde görüşülen hanelerin toplam gelirlerine bakıldığında hanelerin %42,6’sının açlık sınırının altında, %55,6’sının açlık sınırı ve yoksulluk sınırının arasında, %1,9’unun ise yoksulluk sınırının üstünde bir gelir düzeyine sahip olduğu belirlenmektedir (Tablo 1). Anlaşıldığı üzere mahallede yaşayanların düşük ücretlerle çalışan işçi kesimi, tek başına çalışan dükkân sahibi, esnaf ve emeklilerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1: Katılımcılara ilişkin demografik veriler

YAŞ GRUPLARI	Sıklık	%	CİNSİYET	Sıklık	%
20- 26 yaş arası	4	7,1	Erkek	18	32,1
27 - 37 yaş arası	10	17,9	Kadın	38	67,9
38 - 48 yaş arası	12	21,4	Toplam	56	100,0
49 - 59 yaş arası	13	23,2	EĞİTİM DÜZEYİ	Sıklık	%
60 - 70 yaş arası	13	23,2	Okuma- Yazma bilmiyor	4	7,1
71 yaş ve daha fazla	4	7,1	İlkokul terk	9	16,1
Toplam	56	100,0	İlkokul Mezunu	8	14,3
MEDENİ DURUM	Sıklık	%	Ortaokul	14	25,0
Evli	41	73,2	Lise Mezunu	12	21,4
Bekar	4	7,1	Yüksekokul	3	5,4
Dul / Boşanmış	1	1,8	Lisans	3	5,4
Nişanlı / Sözlü	10	17,9	Lisansüstü	3	5,4
Toplam	56	100,0	Toplam	56	100,0
MESLEK	Sıklık	%			
İşsiz - şu an çalışmıyor	2	1,8			
Ev kadını	25	45,5			
Öğrenci	2	3,6			
İşçi/hizmetli - düzenli işi olan (maaş)	6	10,9			
Yönetici olmayan memur / teknik eleman / uzman vs.	2	3,6			
Ücretli Nitelikli uzman (avukat, doktor, mimar, mühendis vs)	2	3,6			
Tek başına çalışan, dükkân sahibi, esnaf (taksi şoförü dahil)	3	5,4			
Emekli çalışıyor	5	9,1			
Emekli çalışmıyor	8	14,5			

Toplam	55	100,0
GELİR DÜZEYİ (Hanenin aylık ortalama geliri)	Sıklık	%
1.479,66 TL ve daha az	23	42,6
1480 - 2500 TL arası	21	38,9
2501 - 3500 TL arası	8	14,8
4001 - 4.877 TL arası	1	1,9
4.878,37 TL ve daha fazla	1	1,9
Toplam	54	100,0

Hanelerin %10,7'sinde "bir" kişi, %23,2'sinde "iki" kişi, %19,6'sında "üç" kişi ve % 46,4'ü dört ve daha fazla kişi yaşamaktadır. Mahallede görüşülen hanelerin ortalama hane büyüklüğü 3,074 olarak tespit edilmiştir (Tablo 2). Katılımcıların %83,9'unun ev sahibi, %8,9'unun kiracı ve %7,1'inin ise ev sahibi olmadığı ancak aile mülkü olduğu için kira ödemediği tespit edilmiştir (Tablo 2). Mahallede yaşam sürelerine bakıldığında % 25'inin 1- 11 senedir; %34'ünün 12- 19 senedir; %55,4'ünün 20 ve daha senedir mahallede yaşadıkları belirlenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2: Hanelerin toplam geliri ve hane büyüklükleri

HANE BÜYÜKLÜĞÜ	Sıklık	%	YAŞAM SÜRESİ	Sıklık	%
Bir	6	10,7	1 - 3 yıl	2	3,6
İki	13	23,2	4 - 7 yıl	4	7,1
Üç	11	19,6	8 - 11 yıl	8	14,3
Dört	18	32,1	12 - 15 yıl	2	3,6
Beş	5	8,9	16 - 19 yıl	9	16,1
Altı	1	1,8	20 - 24 yıl	8	14,3
Yedi ve Üzeri	2	3,6	25 - 31	13	23,2
Toplam	56	100,0	31 sene ve daha fazla yıl	10	17,9
			Toplam	56	100,0
MÜLKİYET DURUMU			Sıklık	%	
Ev sahibi			47	83,9	
Kiracı			5	8,9	
Ev sahibi değil ama kira ödemiyo (aile mülkü)			4	7,1	
Toplam			56	100,0	

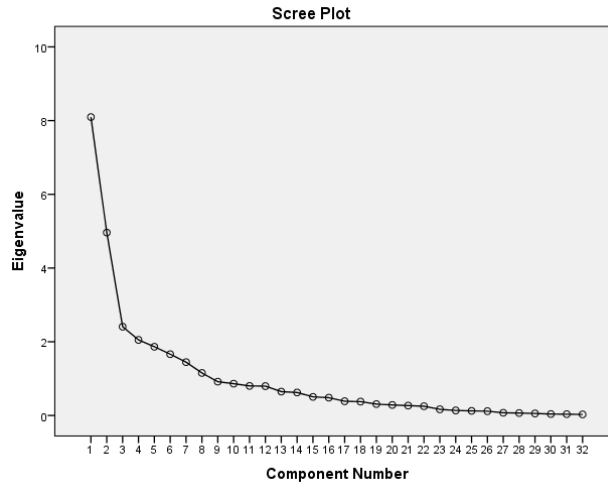
4.1. Mahalle Sakinlerinin Turizme Destek Verme Düzeyini Şekillendiren Algılarının Belirlenmesi

Mahalle sakinlerinin turizm etkilerine ilişkin algılarının belirlenmesi için değerlendirme ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri kapsamında öncelikle açıklayıcı faktör analizlerinden (Explanatory Factor Analysis) "Temel Bileşenler Analizi" (Principal Component Analysis-TBA) işlemi uygulanmıştır. TBA işlemi uygulanmadan önce, örneklem büyüklüğünün faktörleşmeye uygunluğunu test etmek amacıyla elde edilen verilere Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi uygulanmıştır. Yapılan ilk analizde Kaiser Meyer Olkin (KMO) değerinin 0,621 ve Bartlett Sphericity testi sonucunda (X^2 : 1257,083, sd: 496, $p < 0,00$) önem düzeyinin 0,000 olması nedeniyle veri setinin faktör analizine uygun olduğu tespit edilmiştir. İlk faktör analizinin yamaç-birikinti grafiği (Scree Plot) incelendiğinde üçüncü noktadan sonra eğimin bir plato yaptığı için faktör sayısının üç olmasına kadar verilmiştir (Şekil 2). Değerlendirme ölçeğini belirlerken faktör yükü kabul koşullarını sağlamak için toplam 5 adet TBA uygulanmıştır. TBA analizinde kabul koşulları faktör yükü $\geq 0,400$ ve binişik ($F2-F1=0,100$) yapıya sahip olmayacak olarak belirlenmiştir. Kabul koşullarını sağlayan beşinci TBA analizinin, KMO değeri 0,660 Bartlett Sphericity testi sonuçları X^2 : 938,978, sd: 325, $p < 0,00$ olarak bulunmuştur. Son faktör analizinde açıklanan toplam varyans oranı %53,611 olarak tespit edilmiştir

(Tablo 3). Sosyal bilimlerde çok faktörlü desenlerde açıklanan varyansın %40 ile %60 arasında olması yeterli olarak kabul edilmektedir (Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012, s. 239).

Mahalle sakinlerinin turizm gelişmesine dair algısını değerlendirme ölçeğine ait değişkenlerin faktör yükleri ve kavramsallaştırılan faktörlerin sıralaması tablo 4'te verilmiştir. Ölçekteki 26 madde için madde toplam korelasyon değerlerinin 0,443 ile 0,879 arasında değiştiği belirlenmektedir.

Faktörlerin (alt ölçeklerin) yapısı incelendiğinde; ilk faktör, “Turizmin gelişmesi mahallenin özgün kimliğini bozar”, “Turizm gelişmesi mahallede fikir ayrılıklarına ve ayrışmaya neden olur”, “Turizmin gelişmesi komşuluk ilişkilerini zayıflatacaktır”, “Turizmin gelişmesiyle mahallenin huzuru azalır” gibi ifadelerini içerdiği için “*Sosyal çevre*” olarak kavramsallaştırılmıştır.



Şekil 2: Başlangıç faktör analizi yamaç-birikinti grafiği

İkinci faktör, “Turizmin gelişmesiyle iş olanakları artar”, “Turizmin gelişmesiyle yerel ve bağımsız işletmelerin sayısı artar”, “Turizmin gelişmesi mahalledeki gayrimenkul fiyatlarının artışına zemin hazırlar”, “Turizmin gelişmesiyle kira ve günlük yaşam maliyetleri artar” gibi ifadeleri içerdiği için “*ekonomik çevre*” olarak adlandırılmıştır.

Üçüncü faktör, “Turizm bölgemizde bizim değişik kültürel aktivitelere katılmamıza olanak sağlar”, “Turizmin gelişmesiyle sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin ulaşılabilirliği artar”, “Turizmin gelişmesiyle düzenlenen kültürel etkinliklerin sayısı artar” gibi ifadeleri içerdiği için “*kültürel çevre*” olarak ifade edilmiştir.

Sonuç olarak mahalle sakinlerinin turizmin sosyal, ekonomik ve kültürel boyutlarının, turizmin toplam etkisini farklı derecede belirlediği, turizmin toplam etkisinin de yerel halkın turizme destek verme düzeyini şekillendirdiğini belirlemiştir. Mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyinde en etkili olan faktörün “sosyal çevre” olduğu anlaşılmaktadır. Sırasıyla diğer etki eden etmenlerinde “ekonomik çevre” ve “kültürel çevre” olduğu belirlenmektedir (Tablo 4).

Tablo 3: Mahalle Sakinlerinin turizm algısının belirlenmesi için yapılan TBA işlemleri ve kabul koşullarını sağlamayan değişkenler

TBA İşlemleri ve Kabul koşullarını Sağlamayan İfadeler	Faktör Yüğü*	Faktör Sayısı	Değişken Sayısı	Açıklanan Varyans
1.TBA Sonuçları		8	32	%73,894
2. TBA Sonuçları		3	32	%48,335
Turizmin gelişmesi mahallede rahatsız edici kalabalıkların oluşmasına neden olur	0,421-0,384<0,100			
Turizm doğal kaynakların korunmasını sağlar	0,348-0,444<0,100			
Turizmin gelişmesi mahallenin giderek daha	0,451-0,367<0,100			

varlıklı kesimler (kafe, restoran gibi işletmeler yoluyla) için bir yatırım aracı haline gelmesine neden olur				
Turizmin gelişmesiyle yerel halkın ahlaki değer ve davranışları olumsuz yönde etkilenir	0,379-0,324<0,100			
3. TBA Sonuçları		3	28	%51,291
Mahalledeki gelir düzeyi düşük olan dezavantajlı kesimler turizm gelişmesinden ekonomik olarak bir fayda sağlamaz	-0,262 < 0,400			
4. TBA Sonuçları		3	27	%52,950
Turizmin gelişmesiyle müzelerin sayısı artar.	0,484-0,418<0,100			
5. TBA Sonuçları		3	26	%53,611
*Faktör yükü kabul koşulları; faktör yükü $\geq 0,400$ ve $F_2-F_1=0,100$				

Tablo 4: Mahalle sakinlerinin turizm algısını belirleyen faktörler

FAKTÖRLER		Özdeğerler	Açıklanan Varyans	Değişken Sayısı	Faktör Yükleri
F1	Sosyal Çevre	5,623	%21,628	9	0,529-0,879
F2	Ekonomik Çevre	4,883	%18,781	10	0,443-0,775
F3	Kültürel Çevre	3,433	%13,202	7	0,543-0,735

Mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren faktörler ile ilgili ifadelerle verdikleri cevapların yüzde frekans analizlerine dair elde edilen sonuçlar tablo 5’de verilmiştir. *Mahallenizde turizm gelişmesini ister misiniz?* sorusuna mahalle sakinlerinin %10,7’si kesinlikle istemem, %14,3’ü istemem, %50’si isterim ve %21,4’ü kesinlikle isterim yanıtını vermektedir. Ancak buna rağmen mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren sosyal çevre ve ekonomik çevre ile ilgili olumsuz ifadelerle genel olarak katıldıkları görülmektedir.

Elde edilen verilere göre katılımcıların, %34’ünün turizmin gelişmesiyle kültürel çevrenin tahrip olacağını düşündükleri ve %25’inin ise bu ifadeye kısmen katıldıklarını; %54,6’sının turistler için yapılan tesislerin mahallenin özgün kimliğini yok edeceğini düşündükleri ve %10,7’sinin ise böyle bir ifadeye kısmen katıldıklarını; %52,9’unun turizmin mahallenin geleneksel kültüründe istemeyen değişikliklere neden olacağı ve %17,9’ununda bu ifadeye kısmen katıldıklarını; %46,5’inin turizm gelişmesinin mahalle sakinlerinin komşuluk ilişkilerini zayıflatacağını düşündüklerini ortaya koymaktadır. Ayrıca mahalle sakinlerinin %37,5’inin turizmin gelişmesinin mahallede fikir ayrılıkları ve ayrışmalara neden olacağını düşündüklerini ortaya koyarken, %52,5’inin ise bu düşünceye katılmadıklarını göstermektedir (Tablo 5).

Katılımcıların turizm gelişmesinin ekonomik çevre üzerindeki olumsuz etkilerine dair verilen ifadelerle de genel olarak katıldıkları tespit edilmiştir. Katılımcıların %84’ünün turizmin gelişmesinin mahalledeki gayrimenkul fiyatlarının artışına zemin hazırlayacağını; %75’inin turizmin gelişmesiyle kira ve günlük yaşam maliyetlerinin artacağını; %48’inin mahalledeki gelir düzeyi düşük olan dezavantajlı kesimlerin turizmin gelişmesinden ekonomik olarak bir fayda sağlayamayacağını düşündüklerini, %23’ünün ise bu yargıya kısmen katıldığını göstermektedir (Tablo 7). Ayrıca %76,8 turizmin gelişmesi ile mahallenin giderek daha varlıklı kesimler için bir yatırım aracı haline geleceğini düşündükleri de ortaya konulmaktadır.

Mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren kültürel çevre faktörü ile ilgili düşüncelerinin ise genel olarak olumlu yönde olduğu belirlenmektedir. Örneğin, “*Turizmin gelişmesi açık hava eğlence imkânları programları ve organizasyonları artırır*” ifadesine %75 oranla katıldıkları; “*Turizmin gelişmesiyle düzenlenen kültürel etkinliklerin sayısı artar.*” ifadesine %80,3 oranla; “*Turizmin gelişmesiyle sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin ulaşılabilirliği artar.*” ifadesine %80,4 oranla katıldıkları tespit edilmektedir (Tablo 5).

Tablo 5: Mahalle sakinlerinin turizm desteğini belirleyen faktörler ve değişkenlerin yüzde frekans analizleri

Faktörler	İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
F1.: Sosyal Etkiler	Turizmin gelişmesi mahallenin özgün kimliğini bozar.	%21,4	%37,5	%10,7	%25	%5,4
	Turizmin gelişmesiyle mahallede suç işleme oranları artar.	%30,9	38,2	%1,8	%23,2	%5,4
	Turizmin gelişmesi insanların yaşadıkları yerleri terk etmesine neden olur.	%28,6	%30,4	%5,4	%28,6	%7,1
	Turizmin gelişmesiyle mahallenin huzuru azalır	%14,3	%35,7	%19,6	%26,8	%3,6
	Turizm gelişmesi mahallede fikir ayrılıklarına ve ayrışmaya neden olur.	%19,6	%33,9	%8,9	%30,4	%7,1
	Turizmin gelişmesi komşuluk ilişkilerini zayıflatacaktır.	%25	%28,6	%10,7	%30,4	%5,4
	Turistler için yapılan tesisler (otel, motel, kafe vb.) mahallenin özgün kimliğini yok eder.	%19,6	%25	%10,7	%25,0	%5,4
	Turizmin gelişmesi parklar, piknik yerleri gibi rekreasyon alanlarında rahatsız edici kalabalıkların oluşmasına neden olur.	%12,1	%33,9	%8,9	%33,9	%7,1
	Turistler gürültü, kirlilik, trafik tıkanıklığı gibi sorunlara neden olurlar.	%25	%32,1	%10,7	%33,9	%10,7
F2.: Ekonomik Etkiler	Turizmin gelişmesiyle iş olanakları artar.	%3,6	%5,4	%19,6	%58,9	%12,5
	Turizmin gelişmesiyle yerel ve bağımsız işletmelerin sayısı artar.	%3,6	%21,4	%21,4	%50	%14,3
	Turizmin gelişmesiyle yerel toplumun gelir düzeyi artar.	%5,4	%8,9	%14,3	%53,6	%17,9
	Turistlerin yaptıkları harcamalar sayesinde yerel halkın yaşam standartları hızla artmaktadır.	%3,6	%21,4	%19,6	%44,6	%10,7
	Turizm sayesinde yollar ve diğer kamusal faaliyetler daha yüksek bir standartta ulaşır.	%3,6	%16,1	%12,5	%55,4	%12,5
	Turizm gelişmesi tarihi yapıların özgünlüğünün korunarak kullanılmasını sağlar.	%5,4	%7,1	%10,7	%58,9	%17,9
	Turizmin gelişmesiyle yolların, köprülerin ve kamu hizmetlerinin kalitesi artar.	%1,8	%8,9	%3,6	%73,2	%12,5
	Turizm sayesinde mahalleye daha fazla yatırım ve harcama yapılmaktadır.	%8,9	%16,1	%25	%42,9	%7,1
	Turizmin gelişmesi mahalledeki gayrimenkul fiyatlarının artışına zemin hazırlar.	%3,6	%12,5	%12,5	%66,1	%17,9
	Turizmin gelişmesiyle kira ve günlük yaşam maliyetleri artar.	%5,4	%19,6	-	%67,9	%7,1
	F3: Kültürel Etkiler	Turizmin gelişmesi açık hava eğlence imkânları programları ve organizasyonları arttırır.	%17,9	%7,1	-	%55,4
Turizm bölgemizde bizim değişik kültürel aktivitelere katılmamıza olanak sağlar.		%7,1	%5,4	%17,9	%53,6	%16,1
Turizmin gelişmesiyle sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin ulaşılabilirliği artar.		%1,8	%3,6	-	%55,4	%19,6
Turizmin gelişmesi farklı kültürleri tanıma fırsatı sağlar.		%3,6	%12,5	%10,7	%53,6	%19,6
Turizmin gelişmesiyle düzenlenen kültürel etkinliklerin sayısı artar.		%1,8	%7,1	%10,7	%57,1	%23,2
Turizmin gelişmesiyle kültürel çevre tahrip olur.		%5,4	%35,7	%25	%28,6	%5,4
Turizm bölgenin geleneksel kültüründe istenmeyen değişikliğe neden olur.	%7,1	%32,1	%17,9	%30,4	%12,5	

Mahalle sakinlerinin turizm desteğini belirleyen faktörler ile katılımcıların sosyo demografik özelliklerini belirleyen cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim, meslek, ortalama geliri, yaşam süresi ve mülkiyet durumu değişkenleri ile turizme destek verme düzeyini şekillendiren faktörler arasında anlamlı bir farklılık fark olup olmadığını tespit edebilmek için bağımsız örneklemeler için tek-faktörlü varyans analizi yapılmıştır. Sadece “Sosyal çevre” algısı kriterine göre katılımcıların (yaş, eğitim durumu, cinsiyet vb.) açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gözlenmiştir (Tablo 6). Yapılan

“Gabriel” testinde ilkokulu terk eden katılımcıların ilkokul mezunu, ortaokul ve lise mezunu katılımcılara göre sosyal çevre ile ilgili davranış ve tutumlarının farklılaştığı tespit edilmiştir (Tablo 7). Ancak katılımcıların sosyo demografik özellikleri (yaş, eğitim durumu, cinsiyet vb.) ile turizme destek verme düzeyini şekillendiren ekonomik çevre algısı ve kültürel çevre algısı kriterlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Benzer bir şekilde mahalle sakinlerinin turizme destek verme düzeyini şekillendiren algılarını mahallede yaşama sürelerinin ve oturdukları konutun mülkiyet durumunun farklılaştırıpmadığı ortaya konulmuştur (Tablo 6).

Tablo 6: Sosyo-demografik özelliklere göre turizmin etkilerine ilişkin faktörlerin karşılaştırılması

Değişkenler	Sosyal Çevre Algısı		Ekonomik Çevre Algısı		Kültürel Çevre Algısı	
	F	P	F	P	F	P
Cinsiyet	2,720	0,105	0,064	0,801	0,148	0,702
Yaş	1,589	0,204	0,808	0,496	0,310	0,818
Medeni Durum	1,056	0,376	0,195	0,899	0,163	0,921
Eğitim Durumu	4,262	0,001***	1,802	0,109	0,312	0,945
Hane Geliri	0,405	0,804	0,421	0,793	1,081	0,377
Meslek	1,589	0,204	0,808	0,496	0,310	0,818
Mülkiyet	1,077	0,348	1,820	0,172	0,537	0,588
Yaşam süresi	0,654	0,586	0,193	0,901	0,379	0,769

*p<0,05, **p<0,005, ***p<0,001

Tablo 7: Eğitim durumuna göre turizmin etkilerine ilişkin faktörlerin karşılaştırılması

Faktörler	Eğitim Durumu	N	A.O.(\bar{X})	Std. Sapma	F	P
Sosyal Çevre Algısı	Okuma yazma bilmiyor	4	0,3480576	0,36430275	4,262	0,001***
	İlkokul terk	9	-1,0927976	0,71735624		
	İlkokul mezunu	8	1,0117256	0,99431329		
	Ortaokul mezunu	13	0,1400334	0,91538284		
	Lise mezunu	12	0,1233360	0,84390790		
	Yüksekokul mezunu	3	-0,1583613	0,51532726		
	Lisans mezunu	3	-0,4567846	1,04711348		
	Lisans üstü mezunu	3	-0,3686282	0,70137904		

*p<0,05, **p<0,005, ***p<0,001; A.O: Aritmetik Ortalama

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Kentler küresel rekabet ortamı içerisinde ekonomik ve politik gücün düğüm noktaları haline gelmektedir. Küresel rekabet anlayışı çerçevesinde merkezi ve yerel yönetimler, sosyal uyum ve ortak girişimler yerine ekonomik büyüme ve ekonomik gelişme üzerine odaklanan söylem ve yaklaşımları benimsemektedir. Daha fazla tüketime vurgu yapan bu modeller sadece mal ve hizmetleri değil; kültürler, tecrübeler ve yerler gibi her şeyi bir tüketim nesnesi haline getirebilmektedir (Bolzoni, 2013, s.2). Bu noktada daha önceki bölümlerde de vurgulandığı gibi turizm kentsel planlamada yatırımları, insanları ve küresel sermayenin akışını kente çekecek bir araç olarak rol üstlenmektedir (Featherstone, 1996, s. 176). Ancak bu şekilde turizmin sanayi sonrası (post-endüstriyel) kentlerin karşılaştığı çok sayıda sorunu ortadan kaldıracı olduğunu ileri sürmek oldukça yanıltıcı olabilir. Tıpkı turizmi yerin

sakinleri ve yerel işletmelere kaçınılmaz bir şekilde zarar verici olarak zamanından önce kapı dışarı etmeye çalışmanın da yanlış bir yaklaşım olacağı gibi.

Turizm araştırmalarında da ileri sürüldüğü üzere yerel halkın ve yerel işletmelerin turizme yaklaşımı, turizmin o bölgedeki gelişim sürecine doğrudan etki edebilmektedir. Yerel halkın ve yerel işletmelerin turizme olumlu yaklaşımının bulunmadığı, turizm faaliyetlerinin yeterince desteklenmediği turistik bir bölgede turizm odaklı gelişmenin sağlanması da mümkün olmamaktadır. Ancak turizm ile ilgili stratejilerin belirlenmesinde aktif olarak rol alan taraflar genel olarak karar vericiler, yatırımcılar ve bu alanların kültürel kaynaklarını keşfeden orta ve üst sınıflar olmaktadır. Bu nedenle bu çalışma somut kültürel mirası ile turizm için bir çekim alanı olan komşuluk birimleri ve/veya mahallelerde yaşayanların turizm gelişmesi ile ilgili davranış, tutum ve beklentilerini anlamaya odaklanmaktadır. Çünkü turizmin düşük gelirli mahalle sakinleri ve/veya komşuluk birimleri üzerindeki etkisini belirleyebilmek üzere yapılan çalışmaların sayısı oldukça azdır. Bu nedenle çalışma alanı olarak Sofular Mahallesi seçilmiştir. Sofular Mahallesi Amasya'daki alışlagelmiş turizm güzergahlarından farklı olarak ticari odaklı dönüşmemiş, özgün, kent merkezine yürüyerek erişilebilecek mesafede, güvenli ve tarihi çekiciliği olan bir mahalledir.

Yapılan anket çalışmasında mahalle sakinlerinin toplam turizm algısının oluşmasında etkili olan faktörlerin sırasıyla sosyal çevre, ekonomik çevre ve kültürel çevre ile ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Sofular mahallesi sakinlerinin genel olarak mahallelerinde turizm faaliyetlerinin geliştirilmesine destek verdikleri anlaşılmaktadır. Ancak, turizm gelişmesine destek vermelerine rağmen mahalle sakinlerinin büyük bir çoğunluğunun; mahalle kimliğinin ve özgünlüğünün bozulacağı; mahallelinin yaşam tarzlarının, komşuluk ilişkilerinin ve tüketim davranışlarının değişeceği; turizmin gelişmesi ile mahallenin giderek daha varlıklı kesimler için bir yatırım aracı haline geleceği; kira ve günlük yaşam maliyetlerinin artacağı ve mahallede gayrimenkul fiyatlarının birden bire artmasıyla mahallelinin dezavantajlı duruma düşerek yerinden edilme ile karşı karşıya kalacakları gibi endişeleri taşıdıkları anlaşılmaktadır. Diğer taraftan mahalle sakinlerinin turizmin kültürel çevreye olumlu yönde etki edeceğini düşündükleri tespit edilmektedir. Örneğin, turizmin gelişmesiyle açık hava eğlence organizasyonlarının ve kültürel etkinliklerinin sayısının artacağı ve bu şekilde sosyal, kültürel ve sanatsal etkinliklerin kendileri açısından daha ulaşılabilir hale geleceği gibi.

Aslında turizmin düşük gelirli komşuluk birimleri üzerine pozitif bir etki sağlama potansiyeli tabii ki inkar edilemez. Çünkü turizm bu komşuluk birimlerinde yaşayan düşük gelirli, kalifiye ya da kalifiye olmayan yerin sakinlerinin ekonomiye dahil edilmesi ve kültür sanat aktivitelerinin ulaşılabilir kılınması konusunda bazı olanaklar sunabilmektedir. Ancak bu faydaların sağlanmasının önündeki en önemli kısıtlayıcı faktör merkezi ve yerel yönetimlerin kamu yararı ilkesinin öncelikli olduğu kültürel program ve aktiviteleri içeren müdahaleler yerine ekonomik kazanç odaklı müdahaleleri daha fazla benimsemelerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin merkezi ve yerel yönetimlerin bir bölge ya da semtte turizmi geliştirmek için ilk aklına gelen öncelikle kentin gece hayatını canlandırmak olabilmektedir. Bu amaçla turistler ile orta ve üst sınıfların yaşam ve tüketim alışkanlıklarına uygun kafe, bar, eğlence mekanları ve turistik alışveriş mekanlarının sayısını arttırmaya yönelik çeşitli müdahalelerde bulunabilmektedir. Bu şekilde yerin sakinlerinin özündeki pek çok özellik, alınıp satılabilen ticari mallara dönüşmektedir. Bu yöndeki bir ekonomik gelişme komşuluk ünitesinin yeniden canlanmasını sağlarken haklar ve kimlikler üzerinde de pek çok problemin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Böylece kültürel kaynaklar gelişim için katalizör görevi görmekte ve bu da ihtiyaçlara göre yerel özelliklerin değişmesine ve sınıfların seçkinleştirilmesine neden olmaktadır. Bu da uzun vadede soylulaştırmaya neden olabilmektedir. Başka bir ifadeyle ekonomik odaklı bir turizm gelişmesi mahalle sakinlerinin ve işletmelerin yerlerinden edilmesinin yanı sıra mahallelerin yerel karakteristiğinin soylulaştırılmış sınıfların ihtiyaç ve zevklerine göre dönüştürülmesi için bir araç haline gelmesine neden olmaktadır. Yaşanan bu süreçlere dair birçok örnek vermek mümkündür. Ancak burada çalışma alanına benzer bir karakter ortaya koyan Amasya'nın ilk yerleşim merkezi Hatuniye Mahallesi'nden bahsetmek yerinde olacaktır. 1990'lı yılların sonlarına doğru Hatuniye Mahallesi'nde turizm odaklı gelişme için yapılan müdahaleler, mahallenin ulusal ve uluslararası turizm pazarına "seyirlik" mekanlar olarak sunulması ve pazarlanmasıyla devam etmiştir. Bu süreç içerisinde mahalle sakinlerinin başka bir çevreye taşınmasıyla mahallenin özgün kimliği oldukça

bozulmuştur. Bu nedenle turizm gelişmesini kentlerde herkes için yarar sağlayacak bir katalizör olarak gösteren söylevlerden kaçınılmalıdır. Huning ve Novy (2006, s.7)'nin de işaret ettiği gibi kentte sermaye akışını çekmek için ekonomik odaklı yapılan müdahaleler yatırımcılar ile orta ve üst gelir gruplarının kültürel kaynakları kendi menfaatleri için gasp edip, sahiplenmelerine neden olabilmektedir. Bu nedenle turizm bir tarafta kendini temsil etme gücü taşıyan kesimlere ekonomik bir fayda sağlarken diğer tarafta dezavantajlı gruplar için olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir.

Peki turizm gelişmesinin olumsuz etkilerinin turizmin beraberinde getirdiği faydalardan daha ağır bastığı seviyeye ulaşmasını engellemenin bir yolu var mıdır? Yapılan literatür taraması bunun mümkün olduğunu göstermektedir. Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesinin temel koşulu öncelikle o kentin koşullarını belirleyen dinamikleri doğru olarak ortaya koyan toplum odaklı turizm anlayışının geliştirilmesi ile mümkün olmaktadır. Toplum odaklı turizm planlamasında ayrıntılı sorunlar ve bunların çözümüne yönelik siyasa ve öneriler geliştirebilmek için başta kent yoksulları olmak üzere, kentin güçsüz ve korunmasız kesimlerinin de (düşük gelir grupları ve küçük ölçekli yerel işletmeler gibi) planlama sürecine katılmalarının sağlanması gerekmektedir. Planlama sürecinde kendilerini ifade etme imkanı yakalayan yerin sakinlerinin bu süreçten fayda elde edebilmelerini sağlamak için geliştirilen öneriler arasından en uygun olanı seçilmelidir. Bu noktada meydana gelen dönüşümden elde edilen yararın yerin sakinleri ve yerel işletmelere homojen olarak dağıtılmadığında gerginlik ve çatışmaların çıkabileceği unutulmamalıdır. Elde edilen faydanın homojen bir şekilde dağıtılması için hangi noktalarda denetim ve müdahale yapılması gerektiği belirlenerek eyleme yönelik kararlar alınmalıdır. Özellikle böyle bir yaklaşımda düzenleyici ve denetleyici kurumların varlığının çok önemli olduğunun bir kere daha altını çizmek yerinde bir tespit olacaktır. Aksi takdirde yapılan müdahalelerin hem yerin sakinleri hem de yerel işletmeler için olumsuz etkiler meydana getirmesi kaçınılmaz olmaktadır.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmada hane halkı anketlerinin uygulaması sırasında gönüllü olarak bizlere yardım eden Arş. Gör. Duygu Kalkan Açıkkapı ve Kumru Deniz Kavak'a özverili ve sabırlı çalışmalarından dolayı teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- Akova, O. (2006), Yerel halkın turizmin etkilerini algılamalarına ve tutumlarına yönelik bir araştırma, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2(1), 1-34.
- Altanlar, A. (2015). *Kültür turizmini geliştirme kapasitesinin ölçülmesinde kavramsal bir model ve yöntem denemesi: İstanbul Boğaziçi örneği*. İstanbul, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Altanlar, A. ve Enlil, Z. (2016). Boğaziçi bölgesi sakinlerinin turizm desteğini ölçmeye yönelik bir araştırma, *Megaron Dergisi*, 11(3), 382-397.
- Altanlar, A., Enlil, Z. ve Kalkan Açıkkapı, D. (2017). Discontent and resentment in tourist – historic sites: Re-thinking tourism via the perspectives and attitudes of local residents and local businesses. *Proceedings of the International Conference on Changing Cities III: Spatial, Design, Landscape & Socio-economic Dimensions Syros, Delos, Mykonos Islands, Greece*, June 26-30, 2017 ISBN: 978-618-5271-12-1
- Andereck, K. L. ve Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the Nature of Tourism and Quality of Life Perceptions among Residents , *Journal of Travel Research*, 50, 248-260.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts, *Annals of Tourism Research*, 4: 1056-1076, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738305000770> (11.11.2012).
- Avcıkurt, C. (2009). *Turizm sosyolojisi genel ve yapısal yaklaşım*, İkinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık
- Bolzoni, M. (2013, August 29-31). *What tourists ignore Ambivalences, conflicts and compromises in a changing neighbourhood*. Paper presented at the International RC21 Resourceful Cities

- Conference. Berlin. <http://www.rc21.org/conferences/berlin2013/RC21-Berlin-Papers/17-Bolzoni.pdf>
- Cengiz, E., ve Kırkibir, F. (2007). Yerel halk tarafından algılanan toplam turizm etkisi ile turizm desteği arasındaki ilişkiye yönelik yapısal bir model önerisi, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1: 19-37.
- Chen, J. S. (2000). An investigation of urban residents' loyalty to tourism, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 24:5-19, <http://jht.sagepub.com/content/24/1/5>, (03.04.2011)
- Coccosis, H. Mexa, A. Collovini, A. ve Konstandoglou, M., (2002). Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity In European Tourism Destinations Final Report, http://ec.europa.eu/environment/iczmpdf/tcca_material.pdf, (01.11.2013).
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö. (2008). Turizmin yerel halk üzerindeki etkileri ve Kuşadası İlçesi uygulaması, *IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, XX-XX 23-27 Nisan, Belek, Antalya, web.deu.edu.tr/kalite/dosyalar/ulusal_bildiri/EkB.doc ,11.07.2011(.
- Çeken, H. (2003). *Küreselleşme, yabancı sermaye ve Türkiye turizmi*, Sakarya: Değişim Yayıncılık
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS ve LISTER uygulamaları*, Ankara: Pegem Akademi
- Enlil, Z. (2000). Yeniden işlevlendirme ve soylulaştırma: bir sınıfsal proje olarak eski kent merkezlerinin ve tarihi dokusunun yeniden ele geçirilmesi. *Domus*, 8, 46-49.
- Evans, G. (2005). Measure for measure: Evaluating the evidence of culture's contribution to regeneration, *Urban Studies*, 42(5/6): 959-983.
- Featherstone, M. (1996). *Postmodernizm ve tüketim kültürü*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Grodach, C., & Loukaitou-Sideris, A. (2007). Cultural development strategies and urban revitalization, *International Journal of Cultural Policy*, 13(4), s. 349-370.
- Hall, T. (1998). *Urban geography*. London: Routledge.
- Huning, S. & Novy, J. (2006). Tourism as an engine of neighborhood regeneration? Some remarks towards a better understanding of urban tourism beyond the 'Beaten Path'. *Center for Metropolitan Studies*.
- Judd, D. R. (1999). Constructing the tourist bubble. In D. R. Judd, & S. Fainstein (Ed.), *The tourist city* (pp.35-54). New Haven, London: Yale University Press.
- Kozak, N., Kozak, M.,A. ve Kozak, M. (2013). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Melkert, M., & Vos, K. (2010). A Comparison of quantitative and qualitative approaches: complementarities and trade-offs. In G. Richards & W. Munsters (Ed.), *Cultural tourism research methods* (pp. 33-41). London, UK: Ama Dataset.
- Özaltın Türker, G., ve Türker, A. (2014). Yerel halkın turizm etkilerini algılama düzeyi turizm desteğini nasıl etkiler: Dalyan destinasyonu örneği, *Electronic Journal of Vocational Colleges-Mayıs 2014*, 81-98. http://www.ejovoc.org/makaleler/may_2014/pdf/09.pdf (10.10.2015).
- Özdemir, C., Doğanbaş, M., Yancı, A., Yılmaz, F., Uçar, H., Ağaoğlu, F., et al. (Ed.). (2007). *Amasya Kültür Envanteri*. Ankara: Uyum Ajans.
- Richards, G., ve Munsters, W.,(2010). Developments and perspectives in cultural tourism research, In G. Richards & W. Munsters (Ed.), *Cultural tourism research methods* (pp. 1-13). London, UK: Ama Dataset.
- Rogerson, C., M., (2006). Creative Industries and Urban Tourism: South African Perspectives, *Urban Forum*,17 (2): 149-166.
- Sönmez, B. (2014). Soylulaştırmanın yeni biçimleriyle yerinden edilmeyi yeniden düşünmek. *Planlama Dergisi*, 24(1), 42-53.
- Tanman, B. (1993). Darülhadis Camii. *Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi*, Vol. 08, Ankara: Türkiye Diyanet Vakfı.
- TES-İŞ (2017). Temmuz 2017 Açlık ve Yoksulluk Sınırı, http://www.tes-is.org.tr/assets/view/userfile/2017_temmuz_aclik_yoksulluk.pdf, (05.09.2017)
- TÜİK. (2016). Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemine Göre Amasya İli Merkez İlçesi Mahalle Nüfusları ve Medeni Duruma göre nüfus dağılımı. Ankara

- Uysal, Ü. E. (2006). Soylulaştırma kuramının İstanbul'da uygulanabilirliği: Cihangir örneği, *Planlama Dergisi*, (2), 77-92, http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/705e1164a8394aa_ek.pdf, (10.05.2017)
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2007). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*, ikinci baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yoon, Y. (2002). Development of a structural model for tourism destination competitiveness from stakeholders' perspectives, doctor of philosophy in hospitality and tourism management, *Virginia Polytechnic Institute and State University*, USA.
- Yoon, Y., Gürsoy, D., ve Chen, J.,S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling, *Tourism Management*, 22:363-372, <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517700000625>, (19.12.2012)

OBSTACLES TO ENHANCEMENTS OF ILGAZ MOUNTAIN NATIONAL PARK' WINTER TOURISM POTENTIAL

Assist. Prof. Dr. Arif Oguz ALTUNEL
Faculty of Forestry, Kastamonu University
aoltunel@kastamonu.edu.tr

Assist. Prof. Dr. Tayyibe ALTUNEL
Faculty of Forestry, Kastamonu University
taltunel@kastamonu.edu.tr

Pakize TORUN
Faculty of Forestry, Kastamonu University
ptorun@ogr.kastamonu.edu.tr

Abstract

National park is defined as a piece of land coming forward with domestic and international uniqueness; scientific, aesthetic and cultural sources values; recreation and tourism possibilities. The definition first came to public recognition when the World's first national park, "Yellowstone" was declared by the United States in 1872. After defining within the forest act of "6831", Turkey constitutionalized the national park term in 1956, and the first practical implementation of the law was materialized when "Yozgat Camlidag national park was initiated in 1958. Ilgaz Mountain national park, on the other hand, was announced between the provinces of Kastamonu and Cankiri, spanning an area of 1118 ha in 1976, and was supplied with the amenities serving winter tourism activities in 1990. Lodging and recreation possibilities were structured to cater ski and snowboard enthusiasts coming from Ankara and Istanbul during the winter seasons. It has always been promoted as an improving winter resort, however, inadequate structuring and national park administration's reluctance to further improve the existing state are pushing the serious users to look for alternative resorts during winter months. Ilgaz Mountain national park's Kastamonu side winter resort has four ski/snowboard tracks tied to three points; one with a chair-lift with 4 person gondolas, and two T-bar tele-skis. The longest track to be skied over is under a kilometer, so skiing time is also under a minute, thus the exhilaration is short-lived. However, a preliminary planning done through Google Earth show that it is perfectly possible to instate two new tracks, one 1.8 km and another one over 2 km without jeopardizing the national park's integrity.

Keywords: National Parks, Recreation, Snow sports, Google Earth.

Introduction

National park is defined as a large area of land established and administrated by a national government, comprising of natural beauty, unique flora and fauna, special scenic, historical, scientific significance and recreational opportunities for the public to enjoy. The definition first came to public recognition when the World's first national park, "Yellowstone" was declared by the United States in 1872. There might be people living and working inside the national parks, tending their livelihood in accordance with the parks' rules and regulations. Such parks attract visitors and provide opportunities for people to live, try, and learn about their unique peculiarities. Aside from the mentioned features, they help built recognition for the region they are located and create economic advantages through eco-tourism and recreation possibilities. Currently, Turkey has naturally and historically oriented 41 national parks, 35 wilderness conservation and 78 wildlife conservation areas, 10 natural monument areas, 189 nature parks and 135 wetlands distributed across the country and established under the natural parks act of "2873" since 1956. Housing two of such parks, Kastamonu is an important province with its scenic and natural potential. Ilgaz mountain national park was established in 1976 on an area of 1118ha between the provinces of Kastamonu and Cankiri (Ozturk & Aydogdu, 2012). Positioned in the transition zone between Black Sea and Central Anatolia regions, Ilgaz Mountains are blessed with abundant species and habitat diversity. Studies showed there are 617 determined taxa in and around the national park's designated area.

Generally, “forest”, “brush” and “alpine species” make up the bulk of such bio-diversity with forests leading the pack. On the lower elevations of northerly slopes are inhabited by humidity favoring “Oak” and “Corsican pine” forests. Hornbeam and beech forests dominate the higher slopes, and other woody plants and deciduous brushes join the alliance around 1000 to 1300 m elevation. Above 1500 m are covered with pure natural Fir and Scotch Pine stands; this zone is rich with north Turkey indigenous species. Alpine zone starts around and above 2000 to 2200 m in which rare and endemic herbaceous species are plenty. The most extensive of such plants are comprised of short shrubs. A lot of rare and endemic taxa are present under two major peaks, Small Hacet (2547 m) and Grand Hacet (2577 m) (Figure 1).

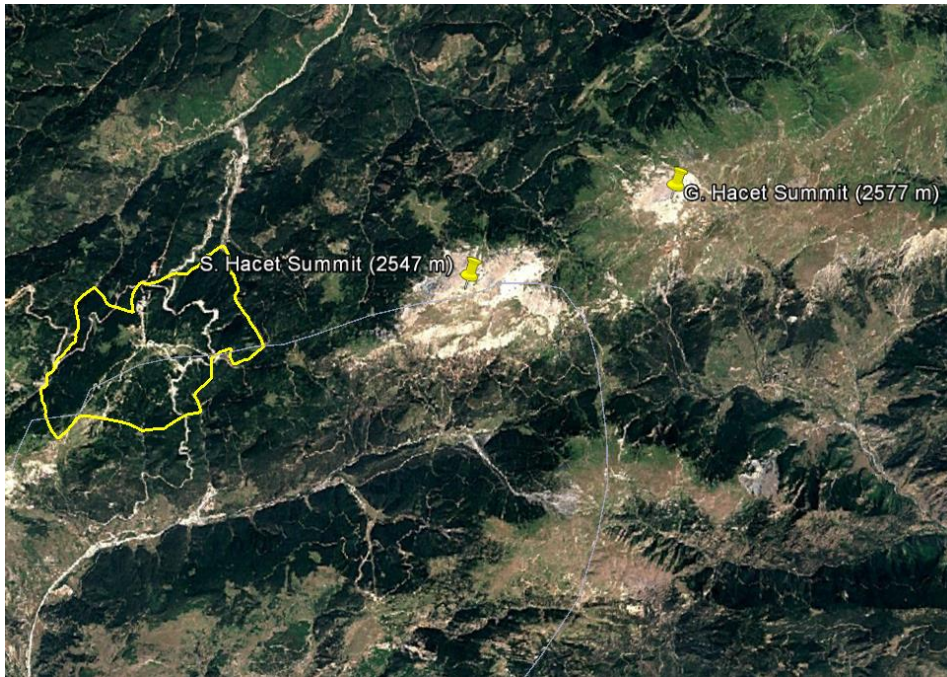


Figure 1. Ilgaz Mountain national park in yellow and its surrounding as appeared on Google Earth. In accordance with the mentioned benefits that national parks provide, the entire land area of the park was included inside “Kastamonu_Cankiri Ilgaz winter sports tourism initiative” as announced in 1997. The reasoning behind this initiative must have been related to the long experienced fact that Kastamonu has historically been known as a province with 6 month worth of dependable snow. Although studies show there are climatic fluctuations experienced in unprecedented proportions across the country (Tayanç et al., 2009) and around the world (Fischer et al., 2011) Kastamonu and its vicinity are still having at least a 4 month snowy winter especially in the higher elevations every year (Figure 2). National park’s visitor records showed that an overwhelming majority of the visitors come to enjoy the park’s amenities during the winter months and the immediate aftermath (Table 1).

Table 1. Ilgaz M. National Park yearly visitor numbers

Ministry of Forest and Water Affairs Region 10 Headquarter, Ilgaz Mountain National Park Directorate								
Regional Directorate	Park's Name	Month	2012 Total Number of Visitors	2013 Total Number of Visitors	2014 Total Number of Visitors	2015 Total Number of Visitors	2016 Total Number of Visitors	2017 Total Number of Visitors
Region 10 Headquarter	ILGAZ Mountain National Park	January	11.215	13060	3.185	12696	9215	43.811
		February	13.490	18510	16.185	18170	17077	44.359
		March	3.735	7045	5.655	9117	1997	18.211
		April	2.260	0	1.830	234	1074	8.493
		May	0	0	1.215	266	737	7.793
		June	0	2670	945	96	400	12.919
		July	6.145	750	1.509	371	1442	34.565
		August	3.000	3785	2.120	219	1006	29.682
		September	0	0	480	615	1363	6.570
		October	1.500	2815	2.550	931	0	-
		November	0	250	275	16	107	-
		December	11.560	3795	3.375	719	4327	-
		TOTAL			52.905	52680	39.324	43450
Note: For the total number of visitors, multiply the group numbers with coinciding coefficients *(groups not included)								

Since snow-sports and related activities are heavily snow dependent, it is imperative to determine the regions having enough snow-built up during winter months. It's up to International Ski Federation to decide whether a proposed site is good for building infrastructure for winter tourism activities. For Alpine skiing, it is recommended that there must be 20 to 70% slopes for ski-tracks, closed boarding amenities on both ends of the track(s) to safeguard the people enjoying the activities, leveling approach (es) in the downslope end(s); the tracks must be built on continuing smooth surfaces, starting from elevations no higher than 1800 m. For the above mentioned requirements, a skiing facility was set up in "Ilgaz Mountain National Park & Winter Resort in 1990 (Ibret, 2006). There are one currently operating chair-lift carrying 4 person-gondolas on an 800 m taxiway, gaining 130 m elevation difference over a 20% slope and two separate T-bar tele-skis; one 440 m, another 675 m.

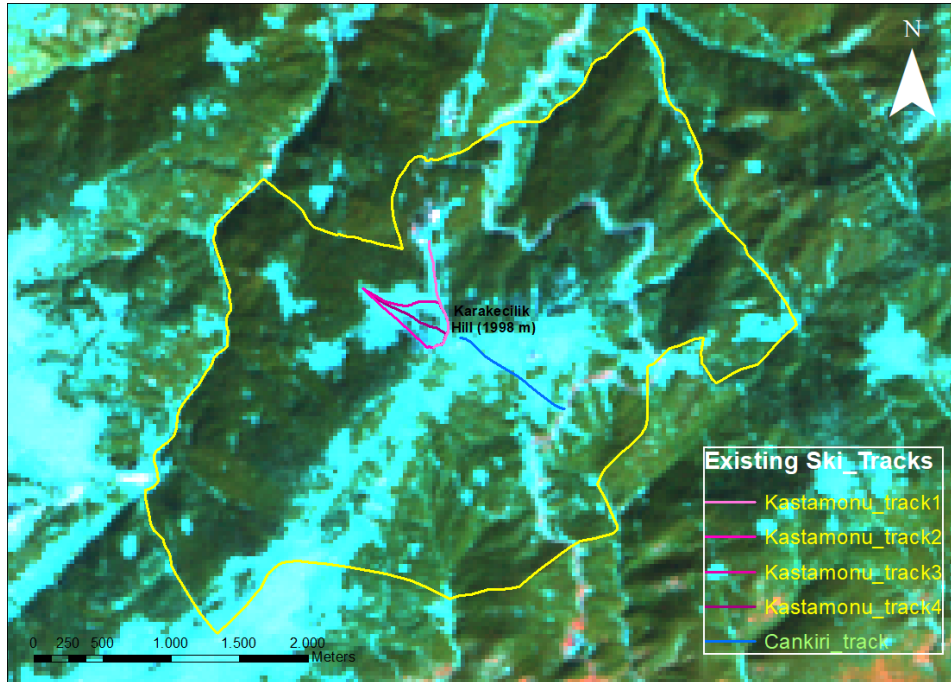


Figure 2. Ilgaz M. National Park & Winter resort, January the 22nd, 2010
“Landsat 5” composite image and existing ski tracks

Plans drafted, investments allocated and restructuring works have taken place, starting from Kastamonu and followed by Cankiri to tap into this revenue capable winter wonderland. However, despite all the publicity putting “Ilgaz Mountain national park and its winter tourism potential” forward, park’s snow sports capabilities are nowhere near or comparable to other winter resorts in close proximity (Figure 3).



Figure 3. Snow-sports capable winter resorts around major cities

Research showed as opposed to a mere 4 short ski-track totaling 3.4 km skiing distance of “Ilgaz M. National Park & Winter resort,”Kartalkaya” had 12 tracks and 20+ km, “Uludag” had 20 tracks and 18+km and “Kartepe” had 12 tracks and 22+km skiing distance. Even the neighboring province

Cankiri is putting every effort and building infrastructure to attract visitors. They set up one ~950 m track going down the opposite slope of park's high point, Karakecilik hill (1998m). They even initiated a totally new site, called "Yildiztepe" right next to the national park currently with two tracks offering a little more than 6 km skiing distance. It is obvious and easily understandable that alpine and sub-alpine meadows on slopes, and forest roads with constant gradients are favorable and can readily become convertible to ski tracks without removing the surrounding tree cover or forests. Since forests or trees in such elevations exist in small groupings rather than uninterrupted stands, it is safe to think there might be subalpine meadows or convertible forest roads in the vicinity of "Ilgaz winter-resort" to be exploited. Google Earth Pro was used to search for possible sub-alpine meadows to be integrated into the existing winter tourism capability of the national park & winter resort.

Methodology

Study Area

Ilgaz mountain national park & winter resort area was chosen as the study area, and it was surveyed through high resolution satellite imagery and elevation model provided by "Google Earth Pro". Tree cover and subalpine meadows was readily discernable through the software (Figure 4). It is apparent that the bulk of skiing activities takes place on the westerly meadow "**A_in red polygon**" perpendicular to the chair-lift taxiway **in orange**. Visual inspection showed there are two more meadows "**B_in yellow polygon**" and "**C_in blue polygon**" in close proximity to the already developed one. Thus, if the conditions are favorable enough to connect these to further meadows to T-bar tele-ski routes, it would be a considerable gain for the winter resort to attract attention to the park. For the above mentioned reason, two new track routes were drawn, and basic analysis to control their suitability for skiing was analyzed through Google Earth Pro.

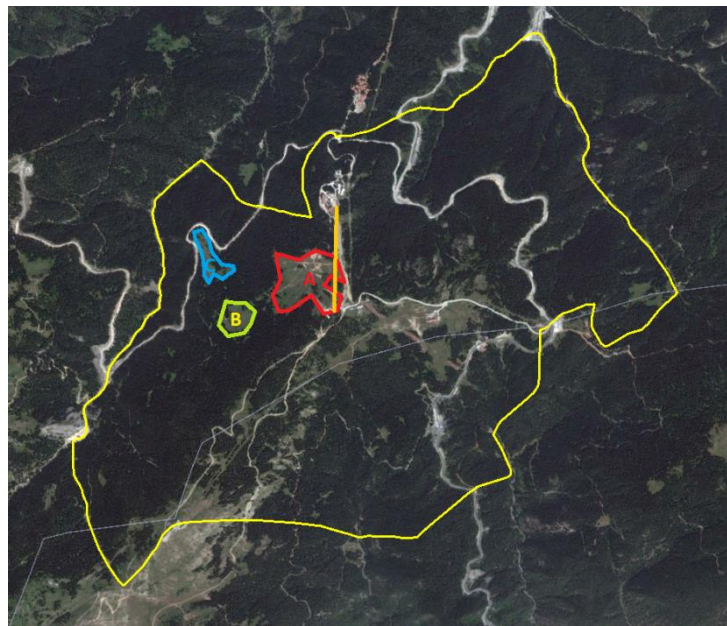


Figure 4. Ilgaz Mountain national park and skiing capabilities as appeared on Google Earth

Results

Two longer tracks converging around 800 m distance from the usual starting point at Karakecilik (1989 m) can lengthen the skiing distance to little over 2 km when the meadows "**B**" and "**C**" were to be included into the system (Figure 5).



Figure 5. Two possible new tracks “in green” to be added to Ilgaz Mountain national park’s ski network

When either of the track was investigated beyond the convergence point at 750 m distance, it very clear that the momentum a skier generates when he/she starts at the “Karakecilik Hill”, would easily carry him/her all the way through. The gently slope at the end of the track would easily help decelerate the speed to a controlled stopping (Figure 6).

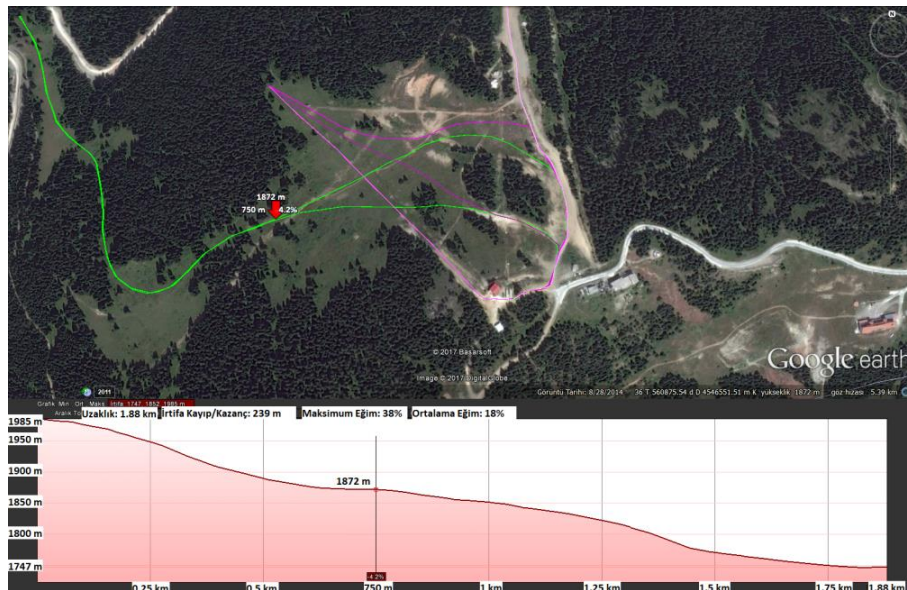


Figure 6. Vertical elevation profile of the proposed new tracks

Close examination showed that a light thinning within a corridor of ~45 m would be needed in two of the bottlenecks connecting all three meadows together (Figure 7), and close to 100 to 120 trees would have be removed.



Figure 7. Bottlenecks connecting the meadows to one another

Conclusion

Ilgaz mountain national park & winter resort area have long been mentioned about its natural beauty and touristic potential. It is the only place in western Black-sea region offering winter tourism possibilities with ski and snowboarding facilities and amenities. It is also unique to the region that it is again the only place in a vast area inhabiting many more similar areas for further development. However, it seemed to us that winter tourism is not among the main agendas of the park's administration although it is the major revenue generating feature the park has been equipped with. Four short skiing tracks which were erected since 1990, are still the only tracks skiing enthusiasts have to use. For this reason, it is not attracting serious skiers who are seeking thrill from this sport and happen to be the ones leaving real cash. Besides keeping the natural beauty and earnings intact, the park' administration has to grab every opportunity to bolster the reputation of every possible feature the park offers. Although small in size, Ilgaz mountain national park & winter resort has a variety of offerings available for people to enjoy year round. Park's winter tourism potential, on the other hand, is severely undermined. However, it is obvious that this situation is not solely related to administrative thinking or processes. Winter tourism potential in and around Ilgaz Mountains and Ilgaz Mountain national park is big, but needs serious and collaborative effort to succeed. This preliminary study done through "Google Earth Pro" showed that the park's existing snow-sports capability can easily be further enhanced by building two new tracks, one 1.8 km and another one over 2 km without jeopardizing the national park's integrity.

References

- Fischer A., Olefs M. & Abermann J., 2011, Glaciers, snow and ski tourism in Austria's changing climate, *Annals of Glaciology*, 52(58): 89-96.
- Ibret U., 2006, Ilgaz Dağlarında Kış Turizmi, *Türk Coğrafya Dergisi*, İstanbul, Sayı 44: 61-78.
- Ozturk S. & Aydogdu A., 2012, Ilgaz Dağı Milli Parkı'nın Rekreatyone Olanakları, I. Rekreatyon Araştırmaları Kongresi, Kemer, Antalya: 611-628.
- Tayanc M., Im U., Dogruel M & Karaca M., 2009, Climate change in Turkey for the last half century, *Climate Change*, 94: 483-502.

BEŞERİ SERMAYENİN ETKİNLİĞİ AÇISINDAN TURİZM ÖN LİSANS EĞİTİMİNDE UYGULAMALI MESLEKİ EĞİTİMİN ÖNEMİ

Yrd. Doç. Dr. İsmail GÜMÜŞ
Sakarya Üniversitesi, Türkiye
igumus@sakarya.edu.tr

Doç. Dr. Cemil ÖRGEV
Sakarya Üniversitesi, Türkiye
corgev@sakarya.edu.tr

Selin ŞAHİN
Sakarya Üniversitesi, Türkiye
selinsahinhalioglu@hotmail.com

Özet

Türkiye’deki turizm ön lisans eğitiminin temel işlevlerinden birisi de iş dünyasının ihtiyacı olan bilgi ve beceriye sahip nitelikli ara eleman yetiştirmektir. Bunun için bu okullarda okuyan öğrencilere nitelik kazandırılarak oluşacak becerikli insan gücünün varlığı ülkenin en önemli kaynağını teşkil edecektir. Ancak bunun için istenilen niteliklere sahip iyi eğitilmiş ve beceri kazandırılmış insan kaynaklarının oluşturulması gerekir. Bu durumda Turizm Meslek Yüksekokullarında ve ön lisans eğitimi veren diğer birimlerde okuyan öğrenci kaynaklarının etkin ve verimli kılınabilmesi için okul eğitimi yanında işyeri düzeyinde mesleki açıdan uygulamalı eğitime de ağırlık verilmesiyle mümkündür. Bu doğrultuda uygulamalı mesleki eğitime verilen destek sayesinde bu kaynakların niteliksel kazanımları nedeniyle iş dünyasının kaliteli ara insan gücü karşılanmış dolayısıyla ekonomiye de önemli destek sağlanmış olacaktır.

Bu çalışma ile sektörün geleceğini ilgilendiren 3+1 uygulamasının ön lisans turizm öğrencileri ve işverenler açısından verimliliğinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda turizm ön lisans eğitimi alan öğrencilere okulda mesleğin temel bilgilerini kazandırmak ve bir kısım mesleki bilgi ve becerileri de iş ortamında uygulama yaptırarak işi öğretmektir. Bu konuda Sakarya Üniversitesi bünyesindeki tüm meslek yüksekokullarında olduğu gibi turizm meslek yüksekokulu ve turizm bölümlerinde üç dönem okul eğitimi yanında bir dönem iş yeri eğitim uygulaması (3+1) ile bu insan kaynaklarına niteliksel özellik kazandırılmaktadır. Bu 3+1 iş yeri eğitim uygulaması sayesinde eğitilmiş insan kaynaklarının atıl kalması önlenip iş dünyasına kazandırılmaktadır. Bu nedenle turizm mesleği açısından ön lisans eğitimi alan bu insan kaynaklarının beşeri sermaye ile olan ilişkisi üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda beşeri sermayenin etkin kılınabilmesi için uygulama ağırlıklı iş yeri eğitimi almış ve beceri kazandırılmış insan kaynaklarının varlığıyla mümkündür. Bu beşeri kaynaklara bilgi ve beceri kazandırılmasında önemli bir role sahip olan mesleki eğitimin ekonomik gelişmelere de katkısı son derece önem arz etmektedir.

Bu kapsamda, Sakarya Üniversitesi bünyesindeki ön lisans turizmine uygulanan 3+1 modeliyle öğrencilerin bilgi ve beceri kazanımlarına ve davranışlarına yönelik 80 öğrenciye anket uygulaması yapılmıştır. Ayrıca 30 iş yeri sahipleriyle yüz yüze görüşülerek anket yöntemiyle alternatif bir uygulama olan 3+1 modelinin beşeri kaynaklara olumlu etkisi üzerine bir çalışma olup, bu pratik uygulamanın öğrencilere niteliksel açıdan önemli bilgi ve beceriler kazandırdığı konusu ön lisans turizm öğrencileri ve turizm işletmeleri tarafından büyük ölçüde desteklendiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Beşeri Sermaye, Mesleki Eğitim, Uygulamalı Mesleki Eğitim, 3+1 İşyeri Uygulaması.

THE IMPORTANCE OF APPLIED VOCATIONAL EDUCATION IN TOURISM ASSOCIATE DEGREE EDUCATION IN TERMS OF HUMAN CAPITAL EFFECTIVENESS

Abstract

One of the main functions of the vocational education in tourism field in Turkey is to raise the intermediate staff that contain the knowledge and skills which the business world requires. Therefore, the existence of the skillful labor force, which will be created by giving quality to the students who study at these schools, will be the most important resource of the country. However, human resource with the required skills and education needs to be created first. This will be possible by enabling applied professional education in addition to the theoretical

education, which is being held at Tourism Vocational Schools and other entities that give vocational education, in order to make the student resources more effective and efficient. In this direction, with the support that will be given to applied professional education, since these resources will gain more qualifications, it will be possible to meet business world's quality intermediate staff need.

With this study, it is aimed to determine the efficiency of the 3 + 1 application which deals with the future of the industry in terms of pre-license tourism students and employers. In this direction, it is aimed to give basic knowledge of the profession to the students who are studying tourism in associate's degree level and to teach the business by applying some professional knowledge and skills in business environment. In this respect, as in all vocational schools of Sakarya University, as well as school education in tourism vocational college and tourism departments, qualitative characteristics are given to these human resources with a one term workplace education application (3+1). As a result of the 3+1 workplace training application, educated human resources are prevented from being idle and brought to the business world. For this reason, the relationship between these human resources and human capital is emphasized. In this direction, application is possible with the presence of skilled workplace-trained and skilled human resources so that human capital can be effective. The contribution of vocational education to economic development, which has an important role in gaining knowledge and skills in these human resources, is of utmost importance.

In this context, questionnaires were applied to 80 students towards their knowledge and skill acquisition and behaviors with 3 + 1 model which is being applied at tourism associate's degree level within Sakarya University. Moreover, face to face surveys were applied to 30 business owners in order to see the effects of 3+1 application, which is an alternative application, on human capital. As a result, it was concluded that this practical application enables vocational school and tourism students to gain more knowledge and skills in a qualitative way, which was also supported by the tourism students and businesses.

Keywords: Human Capital, Vocational Education, Applied Vocational Education, 3+1 Workplace Practice.

1.GİRİŞ

Ülkelerin her alanda kalkınması ve gelişmesi için mesleki açıdan iyi eğitilmiş, nitelikli ve kaliteli insan kaynaklarının oluşumu ile mümkündür. Bunun için de beşeri kaynaklara niteliksel bir özellik kazandırılmasında en etkin yol mesleki eğitime gerekli desteğin verilmesiyle olmaktadır. Zaten iş dünyasının eleman ihtiyacının karşılanması için mesleki yeterliğe haiz uygulama becerili bireylerin yetiştirilmesi bir zarurettir. Çünkü ülke ekonomisinin geliştirilmesi ve küresel ortamdaki diğer ülkelerle rekabet edilebilmesi ancak nitelikli insan gücünün varlığıyla mümkündür. Bu nedenle gerek duyulan her türlü mesleki eğitime öncelikle önem verilmesiyle insana kazandırılacak katma değer beşeri kaynakları önemli ölçüde etkinleştirip verimli hale getirecektir. Böylece eğitim ve beşeri sermaye arasındaki ilişkinin etkinleştirilmesi ile bilgi ve beceri donanımlı insanların artması sağlanarak ekonomik gelişmeye önemli katkı verilmiş olacaktır. Ülkemizde ön lisans düzeyinde mesleki eğitimle ilgili olarak teorik eğitim yanında uygulamalı mesleki eğitim çalışmaları kısmen yapılmaktadır. Uygulamalı mesleki eğitim, iş dünyasında ihtiyaç duyulan meslekler için nitelikli meslek elemanı yetiştirilmesinde gerekli bilgi ve becerilerin bireylere pratik olarak kazandırılması olayıdır. Bu olayı ön lisans düzeyinde ifa eden meslek yüksekokullarıdır. Türkiye'de yaygın şekilde ön lisansa dayalı mesleki eğitim faaliyetini meslek yüksekokulları yürütmektedir. Bu durumda meslek yüksekokulları ülke ekonomisine katkıda bulunacak nitelikli ara eleman ihtiyacının karşılanmasına öncülük etme durumdadır.

Meslek yüksekokulları, 1981 yılında 2547 sayılı yükseköğretim kanunu ile belirli mesleklere yönelik ara insan gücü yetiştirmeyi amaçlayan dört yarıyılık eğitim ve öğretim sürdüren bir yükseköğretim kurumları olarak tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 1981). Ancak daha sonra kanunda belirtilen "ara insan gücü" kaldırılarak yerine "nitelikli insan gücü" ifadesi getirilmiştir. Bu doğrultuda meslek yüksekokulları, belirli mesleklere yönelik nitelikli insan gücü yetiştirmeyi amaçlayan, yılda iki veya üç dönem olmak üzere iki yıllık eğitim-öğretim sürdüren, ön lisans derecesi veren yükseköğretim kurumları olarak yeniden tanımlanmıştır (Resmi Gazete, 2011). Kanundan da anlaşılacağı gibi meslek yüksekokullarının temel hedefi, iş dünyasının ihtiyacını karşılayacak yeterlikte ve kalitede insan gücünü yetiştirmektir. Ekonomik gelişmeler ve teknolojik yenilikler nedeniyle iş dünyasında nitelikli meslek elemanına ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Bu ihtiyacı karşılamak üzere meslek yüksekokulları açılmış ve açılmaya da devam etmektedir. Fakat bu okullarda istenilen seviyede ve

mesleki nitelikte eleman yetişmemektedir. Çünkü meslek yüksekokulları mesleki eğitim sürecinde uygulamadan uzak meslek elemanı mezun etmektedirler. Aynı durum ön lisans turizm eğitimi alan öğrenciler içinde aynı olmaktadır. İş dünyası ise uygulama becerisine sahip deneyimli meslek elemanlarını tercih etmektedir. Bu durum meslek elemanı yetiştiren meslek yüksekokulları ile istihdam için meslek elemanı arayan iş dünyası arasında bir uyumun olmadığını göstermektedir. Bu uyumsuzluğun giderilmesi için iş dünyasının taleplerine göre nitelikli meslek elemanı yetiştirilmesi yoluna gidilmelidir (İçli, 2001: 67-69). Meslek yüksekokulu öğrencilerinin pratik eğitim yaparak beceri kazanmaları konusunda 13.02.2011 tarih ve 6111 sayılı Kanununun 61'inci maddesiyle 3308 sayılı Meslekî Eğitim kanunu kapsamına alınmışlardır. Böylece mesleki ve teknik eğitim veren yükseköğretim kurumları öğrencilerinin de 3308 sayılı kanunu kapsamında işletmelerde uygulamalı mesleki eğitim yapabilmelerine imkân sağlamıştır. Bu kanunla öğrencilere beceri kazandıracak uygulamalı eğitim yaptırılması artık bir zorunluluk halini almıştır. Bu nedenle meslek yüksekokullarında verilen eğitimin mesleki açıdan iş dünyasının taleplerine göre yenilenmesi ile birlikte "iş yeri eğitime" de ağırlık verilmesini gerekli kılmaktadır. Hâlbuki günümüz meslek yüksekokulları daha ziyade öğrenci sayısını arttırmaya ağırlık verdikleri bilinmektedir. Gerçekten bu artışlar nicelik olarak önemli sonuçlar vermiş ancak nitelik olarak vermemiş bulunmaktadır. Dolayısıyla bu durum önemli derecede beşeri kaynakların israfına neden olurken, nitelikli eleman yetersizliği nedeniyle işletmelerin üretkenlik açısından verim kayıplarına da neden olmaktadır (Gümüş, 2016: 305).

Bu durumun son bulması için okul eğitimine ek olarak bilgi ve beceriyi kazandıracak iş yerinde ya da benzeri bir yerde uygulamalı mesleki eğitim yapılmalıdır Alternatif bir çözüm olarak Sakarya Üniversitesi meslek yüksekokullarında üç dönem okulda son dönem işyerinde olmak üzere 3+1 bir eğitim modeli turizm programı dâhil tüm programlarda uygulanmaktadır (SAÜ MYO İşyeri Uygulaması Yönergesi, 2011). Çalışmamızda vurgulanmak istenen nitelikli meslek elemanlarının uygulama esaslı olarak etkili bir mesleki eğitimle yetiştirilmesi olayıdır. Bu çalışmada beşeri sermayeden hareketle iş gücü niteliğinin sadece okul düzeyindeki mesleki eğitimle kalmayıp aktif bir iş ortamında uygulamalı mesleki eğitime ağırlık verilerek beşeri kaynakların etkin ve verimli hale getirilmesi üzerinde durulmuştur. Konuyla ilgili Sakarya Üniversitesi bünyesindeki meslek yüksekokullarının turizm programlarında üç dönem okul bir dönem iş yerinde eğitim uygulaması (3+1 modeli olarak) uygulanıp mesleki eğitim verimli hale getirilmiştir. Çünkü bu model sayesinde okul iş dünyası birlikteliği sağlanırken hem insani kaynaklar daha kaliteli ve verimli bir hal almakta hem de iş dünyasına doğru taşınmaları böylece mümkün olabilmektedir. Ayrıca 3+1 modelinin beşeri kaynaklara olumlu etkisi üzerine turizm iş yeri sahipleri ve ön lisans turizm öğrencilerine yönelik yapılan anket çalışması ile bu pratik uygulamanın öğrencilere önemli derecede bilgi ve beceri kattığı gibi işverenlere de eleman temininde önemli fırsat sağladığından dolayı desteklendiği görülmüştür.

2.BEŞERİ SERMAYE VE MESLEKİ EĞİTİM

Beşeri sermaye, üretime katılan işgücünün sahip olduğu bilgi ve becerilerin toplamı olarak ifade edilmektedir. Diğer bir ifadeyle üretim sürecine katılan bireylerin sahip olduğu ve insanın niteliğini vurgulayan bilgi, beceri ve tecrübe gibi pozitif değerlerin bütünü olarak belirtilmektedir (Atık, 2006: 10). Aslında beşeri sermaye bireyin üretken olarak ortaya koyabileceği bütün nitelikleri kazanmasına yönelik olarak eğitim faaliyetlerine yapılan katkıdır (Eser & Gökmen, 2009: 45-46). Bu doğrultuda bireylerin mesleki eğitim yoluyla edindikleri ve öğrendikleri bilgi ve becerilerle yeteneklerini ve kabiliyetlerini geliştirmiş olmaları olayıdır. Zaten beşeri sermayenin özünde, marifetleri ve yetenekleri geliştirilmiş kaliteli bireyler kastedilmektedir. Kaliteli bireyler ise bilgi ve beceri açısından yeterli düzeyde emek gücüne haiz olanlardır. Bu açıdan beşeri sermayenin etkin ve verimli hale getirilebilmesi için eğitim seviyesinin yüksek tutulması gerekir. Bu durumda ülke genelinde genel eğitimin yaygınlaştırılması ile birlikte mesleki eğitime de aynı şekilde ağırlık verilmesi gerekir. Bu eylem aynı zamanda ekonomik ve sosyal yapıda değişim ve gelişimi de hızlandırarak iş verimine olumlu katkı verecektir. Bu bağlamda beşeri sermayenin etkin hale getirilebilmesi için mesleki eğitim için meslek yüksekokullarında okuyan öğrencilere mezuniyet öncesi teorik ağırlıklı eğitim yanında ilave olarak iş başında uygulamalı eğitim yaptırılarak niteliksel özellik kazandırılmalıdır. Ne var ki

gelişmekte olan ülkelerde bu faaliyet istenilen düzeyde değildir. Bu ülkelerin en büyük sıkıntısı sermaye yetersizliğinden ziyade kaynakları verimli kullanacak mesleki açıdan yetişmiş insan gücünün yeterli düzeyde olmamasıdır (Aydın & Oğuz, 2008). Hâlbuki ekonomik kalkınmanın sürekliliği için, beşeri sermaye olarak bireyin bilgi ile donatılması, yani eğitilmesi gereklidir. Bu haliyle eğitim beşeri sermayenin oluşumunda birinci derecede rol oynayan ve ihmal edilmemesi gereken çok önemli bir faktördür (Üzümcü & Bayraktar, 2004: 80). Bu durumda beşeri sermayenin kaliteli kılınmasında rol oynayan en önemli unsurun eğitim olduğu anlaşılmaktadır.

Bu doğrultuda ülke genelinde eğitim düzeyinin yükseltilmesiyle birlikte mesleki eğitim almış donanımlı meslek elemanlarının sayılarının da artması sağlanırken deneyim ve donanım sahibi bu elemanların iş dünyasında iş görmeleri halinde doğrudan ya da dolaylı olarak kalkınma ve gelişme sürecine olumlu etkileri kaçınılmazdır. Bu gerçeğe göre sadece teorik açıdan mesleki eğitimin yanında ilave olarak bireylere iş ortamında uygulamalı eğitimde verilmelidir. Böylece daha deneyimli ve donanımlı meslek elemanları, kalkınma çabası içinde olan iş dünyasına çok önemli bir kaynak olarak kazandırılmaları sağlanmış olacaktır. Aslında bu süreçte mesleki eğitim işgücünün nitelikli hale getirilmesinde rol oynayan en önemli unsurlardan birisidir. Bu açıdan mesleki eğitim beşeri sermayenin oluşumunda da rol oynayan önemli bir etkidir. Bu nedenle bu sermaye türü ekonomik kalkınma için olmazsa olmaz özelliğe sahip bir sosyal kaynaktır. Ne var ki gelişmekte olan ülkelerin en önemli sorunlarından biri de mevcut insan kaynaklarının değerlendirilmesinde iyi bir eğitim uygulamasının yetersizliği söz konusu olmaktadır. Bu nedenle gelişmekte olan ülkelerde nitelikten yoksun eğitilmiş insanların çok olması nitelikli eleman kıtlığını ya da beşeri sermaye yetersizliğini ortaya koymaktadır. Beşeri sermayenin etkinleştirilememesi durumunda nitelikli eleman yetersizliği gündeme gelmektedir. Böyle olunca da iş dünyasında nitelikli eleman eksikliği nedeniyle istenilen verimlilik sağlanamadığı gibi yeni ve ileri teknolojilerin de kullanılmasında sıkıntı çekilmektedir (Gürak, 2006: 5). Bu sıkıntının giderilmesi için meslek yüksekokulunda okuyan turizm öğrencilerine okul eğitimi yanında yeterli düzeyde iş yeri uygulamalı eğitim verilmesi halinde bu büyük kitle nitelikli ara eleman olma özelliğini elde edecektir. Bu durum hem işletmeler, hem de öğrenciler için önemli bir kazanımdır. Çünkü bu öğrencilere meslekleri doğrultusunda iş ortamında uygulamalı eğitim tatbikatının yaptırılmasıyla gerekli pratik bilgi ve beceri kazanımı sağlanmaktadır. Böylece bu elemanlar, eğitim aldığı işyerinde istihdam edilmeleri ya da benzer bir başka iş yerinde iş bulmaları kolaylaşmaktadır. Ayrıca bu meslek elemanlarının çalışma hayatına verimli katkıları ekonomik açıdan da çok önemli bir kazanım olmaktadır.

3. EĞİTİM VE BEŞERİ SERMAYE ETKİLEŞİMİ

Mal ve hizmet üretimi için gerekli sermaye için, akla daima para ya da parayı ifade eden araç ve gereç gibi fiziki değerler gelmektedir. Aslında bu sermayenin yanında diğer önemli bir kaynak ise, eğitim sayesinde yetiştirilip beceri kazandırılmış nitelik sahibi beşeri kaynaklardır. Bu kaynaklar üretim sürecinde verimliliği artırmakla kalmayıp, yeni ve ileri teknolojik araçları da etkin kullanarak üretkenliğe de önemli katkı sağlamaktadırlar. Dolayısıyla iş dünyasına katılan nitelikli bireylerin sahip olduğu bilgi, beceri ve tecrübe gibi pozitif değerler, beşeri sermaye olarak ifade edilmektedir (Karagül, 2003). Ekonomik ve teknolojik yeniliklerin sürekli yaşandığı günümüzde, bireylerin de bu yeniliklere ayak uydurabilmeleri için eğitime ağırlık verilerek bilgi ve beceri sahibi olmaları sağlanmalıdır. Bu doğrultuda bireylerin niteliklerinin geliştirilmesi hem iş dünyasının gelişmesi hem de ülkenin kalkınmasına olanak sağlayacaktır. Çünkü mesleki eğitim beşeri sermayenin oluşumunda rol oynayan önemli bir etkidir. Söz konusu kalkınmanın sağlanması ise beşeri sermaye ile olmaktadır. Beşeri sermayenin etkin ve verimli olması için eğitim seviyesinin yüksek olmasına bağlıdır. Bu durumda eğitimin yaygınlaştırılması ile birlikte mesleki eğitime de aynı şekilde ağırlık verilmesi gerekmektedir. Çünkü bireye sağlanan bilgi ve becerilerin en önemli desteklerinden biri de mesleki eğitimidir (Atik, 2006: 11). Bu doğrultuda bireylerin yeteneklerini geliştirerek, bilgi ve beceri edinmelerini sağlayan bu eğitim süreci aynı zamanda ekonomik kalkınma ile de yakından ilişkilidir. Çünkü kalkınma ve gelişmenin sağlanabilmesi için gerekli olan insan gücünün yetiştirilmesi, geliştirmesi ve üretir hale getirilebilmesi böylece sağlanmış olacaktır (Arabacı, 2011: 100).

Giderek nüfus artışı ile birlikte çeşitlenen mal ve hizmet ürünleri, yoğunlaşan rekabet ortamı nedeniyle işletmelerin gelişmesi ve büyümesi yetmişmiş nitelikli insan gücüne bağlıdır. Bu yüzden işletmeler, sürdürülebilir bir kalkınma ve rekabet yapabilmelerinin temel şartlarından biri nitelikli meslek elemanlarına sahip olmalarıdır. Çünkü iş verimliliğini ve iş başarısını arttırmak için eldeki kaynakları daha etkin ve kazançlı hale getirmek bu tür eğitimli insanlarla mümkün olmaktadır.

4.TURİZİMDE 3+1 UYGULAMALI EĞİTİM

Turizm sektörünün geliştirilmesi ve ülke ekonomisine katkısının artırılması için gerekli olan kalifiye elamanlarının yetiştirilmesi gerekir. Çünkü turizm sektörü emek ağırlıklı olarak insanlar tarafından sunulan hizmetlerden oluşmaktadır. Sektörde daha kaliteli ve daha verimli hizmet verilebilmesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanabilmesi için nitelik sahibi olan ve kaliteli hizmet sunabilen elemanların varlığıyla mümkündür. Bu nedenle turizm ön lisans eğitimi alan öğrencilere ilaveten yeterli düzeyde uygulamalı bir eğitimin de yaptırılması ile sektöre daha nitelikli, motivasyonu yüksek, becerikli elemanların kazandırılması gerekmektedir (Ural & Pelit, 2002: 75).

Bu nedenle ön lisans turizm öğrencilerine okul düzeyinde teorik dersler verildikten sonra aynı süreç içerisinde bir dönem işletmelerde iş başında mesleki uygulama yaptırılarak kabiliyetlerinin geliştirilmesi yanında gerekli bilgi ve beceri ile birlikte iş görme alışkanlığı da kazandırılarak hayata hazırlamaları sağlanmalıdır. Çünkü günümüz işletmelerinin gelişmesinde ve büyümesinde bilgi ve beceri sahibi, nitelikli elemanların iş görmelerinin önemi büyüktür. Ancak istenilen nitelikte meslek elemanının yetiştirilmesinde iyi bir okul eğitimi yanında pratik esaslı işyeri veya benzeri bir eğitimin verilmesi gerekmektedir. Her ne kadar meslek yüksekokullarının turizm programlarında okuyan öğrenciler staj ve benzeri uygulamalarla bu eksikliği gidermeye çalışsalar da mesleki yeterliliklerinin zayıf kaldığı görülmektedir. Çünkü bu kısa süreli staj uygulamalarında öğrenciler mesleki olayları anlama ve kavramada yetersiz kaldıkları görülmektedir.

Bu yetersizliğin 2011 yılında 6111 sayılı Torba Kanununun 24,61 ve 64. maddeleri ile 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanununun 3. ve 25. maddelerinde yapılan değişikliklerle, mesleki ve teknik eğitim yapan yükseköğretim kurumları 3308 sayılı Kanunun kapsamı içine alarak giderilmiştir. Böylece "Mesleki ve teknik eğitim okul ve kurumları öğrencilerinin beceri eğitimlerini işletmelerde, teorik eğitimlerini ise mesleki ve teknik eğitim okul ve kurumlarında veya işletme ve kurumlarca tesis edilen eğitim birimlerinde yaptıkları eğitim uygulamalarıdır" (Resmi Gazete, 2011) şeklinde tanımlanmıştır. Artık bu kanun gereği meslek yüksekokulları nitelikli meslek eleman yetiştirme konusunda iş dünyasının taleplerini dikkate alarak öğrencilere beceri kazandıracak uygulamalı mesleki eğitimi yaptırmak zorundadırlar. Bu durum ön lisans turizm eğitimi için de geçerli olmaktadır. Hele de emek ağırlıklı bu sektör için becerikli ve deneyimli elemanlar çok daha önemlidir. Çünkü turizm sektörü ihtiyaç duyduğu mesleki formasyonda eğitim almış nitelikli meslek elemanlarını çalıştırmak istemektedir.

Bu açıdan Sakarya Üniversitesi bünyesinde ön lisans turizm eğitimi veren okullarda 3+1 modeli uygulanmaktadır. Bu modelde öğrenciler üç yarıyıl meslek yüksekokulunda eğitim gördükten sonra, 4. yarıyıl pratik esaslı meslek eğitim için iş yerlerinde iş başı yaparak eğitime tabi tutulmaktadır. Öğrenciler mesleki ilgi ve kabiliyetlerini bir dönem olarak belirlenen 16 hafta süreyle alanları ile ilgili iş yerlerinde yüz yüze pratik yaparak tamamlamaktadırlar. Bu süreç içinde okul hocalarının kontrolü ve iş yeri yetkililerinin gözetimi altında uygulamalı eğitim işlemi tamamlanmaktadır. Bu uygulamayla turizm hizmetlerini karşılayacak nitelikli ara eleman yetiştirilmesi sağlanırken ön lisans düzeyindeki turizm eğitimi turizm sektöründe yer alan işletmelerin verimliliğini arttırmak için okul eğitimini 3+1 modeliyle destekleyerek sektöre ve ülkeye önemli katkılar sağlanmaktadır.

5.ÇALIŞMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

Çalışmanın Amacı

Turizm sektöründe verimliliğin sağlanması ve turizm hizmetlerinin etkin sunumu için vasıflı ara insan gücünün varlığı ile mümkündür. Çünkü emek ağırlık bu hizmetlerin yapılmasında yetmişmiş nitelikli insan unsurunun olması gerekir. Bu doğrultuda ön lisans düzeyindeki turizm eğitimi veren meslek

yüksekokulları turizm sektöründe yer alan işletmelerin eleman gereksinimlerini karşılamaya çalışmaktadırlar. Ancak bu elemanların yetiştirilmesinde sadece okul düzeyindeki eğitim yeterli olmamaktadır. Çünkü okullarda beceri ve yetenek geliştirici bir pratik yapma sisteminin olmaması nitelikli eleman yetişmesini yetersiz kılmaktadır. Hâlbuki bu sektördeki hizmet faaliyetlerinde emek gücünün sayısal olarak çokluğu değil vasıflı olması önemlidir. Bu nedenle teorik olarak ön lisans turizm eğitimine ilaveten öğrencilere iş ortamında 3+1 modeli ile tatbikat yaptırılarak nitelikli hale getirilmeleri sağlanmaktadır.

Çalışmanın Yöntemi

Sakarya Üniversitesi bünyesindeki meslek yüksekokullarının turizm programlarında okuyan öğrencilere okul eğitimine ilaveten 3+1 modeli ile verilen uygulamalı eğitime katılan 80 öğrenciye anket uygulaması yapılmıştır. Ayrıca bu öğrencilere iş yerlerinde 3+1 modeli doğrultusunda uygulama yaptıran işverenlere bu mesleki eğitim faaliyetinin olası etkileri ile ilgili olarak anket soruları yöneltilmiştir. Bu anket uygulamasında Sakarya Üniversitesi bünyesinde 3+1 uygulaması yapan meslek yüksekokulu turizm öğrencileri ile turizm sektöründe faaliyet gösteren işverenleri içeren iki kesim esas alınmıştır. Ana kütleyi oluşturan 80 öğrenci ve aynı paralelde 30 iş yeri yetkililerine 3+1 modeli ile ilgili iki ayrı anket uygulanmıştır. Öğrencilere yönelik anketin ilk bölümü öğrencilerin demografik özelliklerinin belirlenmesi ikinci bölüm ise 3+1 modelinin uygulanmasıyla ilgili 15 anket sorusuna yer verilmiştir. İşverenlere yönelik anketin ilk bölümü işletmenin yapısı ile ilgili olup, diğer bölüm ise 3+1 modelinin uygulanmasıyla ilgili 15 anket sorusundan oluşmuştur. Anket verilerinin analizinde SPSS 16.0 kullanılmıştır. Elde edilen sonuçlar frekans analizi yöntemi kullanılarak tablolar halinde değerlendirilmiştir. 3+1 eğitim modelini yaşayan öğrencilerin bu mesleki uygulamaya ilişkin görüş ve tutumları doğrultusunda oluşturulan ölçeğin güvenilirliği Cronbach alfa değeri ile tespit edilmiştir. Ölçek güvenilirliğinin 0.93 düzeyinde olduğunu dolayısıyla bulunan bu oran ölçeğin çok iyi seviyede güvenilir olduğunu ortaya koymuş bulunmaktadır.

Aynı şekilde 30 turizm işletmecisine de 3+1 mesleki uygulamaya ilişkin görüş ve tutumları için yapılan anketlerin değerlendirilmesinde de aynı program kullanılmıştır. 3+1 eğitim modelinin uygulamasında turizm işletmecilerinin uygulamaya yönelik tutumları için oluşturulan ölçeğin güvenilirliği Cronbach's alpha değeri ile tespit edilerek güvenilirliğin 0.93 düzeyinde olduğunu belirlenmiştir. Dolayısıyla bulunan bu oran ölçeğin çok iyi seviyede güvenilir olduğunu bu uygulamayla da ortaya çıkmış bulunmaktadır

6.BULGULAR

Türkiye'de çeşitli meslekleri içeren meslek yüksekokulları iş dünyasının ihtiyaçları doğrultusunda meslek elemanı yetiştirmek üzere faaliyetlerini sürdürmektedirler. Zaten meslek yüksekokullarının gayesi iş dünyasının ihtiyaçlarına uygun nitelikte meslek elemanı yetiştirmektir. Bu doğrultuda Sakarya Üniversitesi bünyesindeki tüm meslek yüksekokullarında olduğu gibi turizm programlarında okuyan öğrenciler de üç yarıyıl meslek yüksekokulunda eğitim gördükten sonra, 4. yarıyıl mesleki bilgi ve kabiliyetlerini geliştirmek üzere 16 hafta süreyle iş yerlerinde yüz yüze pratik eğitim almaları sağlanmaktadır. Böylece 3+1 uygulaması ile turizm öğrencilerine niteliksel özellik kazandırılarak bu kaynaklarının atıl kalması önlenip iş dünyasına katılımları sağlanmaktadır.

Tablo 1: Ön Lisans Turizm Öğrencilerinin Demografik Özellikleri ve Diğer Bilgiler

3+1 Yapanların Cinsiyeti	Frekans	Yüzde
Bay	38	47,5
Bayan	42	52,5
TOPLAM	80	100
3+1 Uygulayan Meslek Yüksek Okulları		
Kırkpınar Turizm Meslek Yüksek Okulu	30	3,50
Karasu Meslek Yüksek Okulu Turizm Bölümü	50	62,5
TOPLAM	80	100

3+1 Uygulayan Turizm İşletmeleri		
Otel İşletmeleri	67	83,75
Seyahat Acentesi	9	11,25
Yiyecek İçecek İşletmeleri	4	5
TOPLAM	80	100

Konu ile ilgili olarak Tablo.1’de de görüleceği gibi Sakarya üniversitesi bünyesindeki meslek yüksekokullarının turizm bölümlerinde okuyup 3+1 mesleki eğitime katılan öğrencilerin %52,5’i kız öğrenciler, %47,5’i ise erkek öğrenciler oluşturmaktadır. Öğrencilerin % 37,5’ Kırkpınar Turizm Meslek Yüksek Okulunda, % 62,5’i ise Karasu Meslek Yüksek Okulu Turizm Bölümünde okumaktadır.3+1 uygulayan işletmelerin % 83,75’ni, yani yaklaşık % 84’nü otel işletmeleri olduğu görülmektedir.%11,25 oranında öğrenci ise Seyahat Acentalarında 3+1 yapmış durumdadır. Bu durum öğrencilerin tamamına yakını turizmle ilgili otel işletmelerinde mesleki uygulama yaptığını ortaya koymuş bulunmaktadır.

Tablo 2: Ön Lisans Turizm Öğrencilerine 3+1 Uygulamasına İlişkin Sorular

Önem Sırası	Ön Lisans Turizm Öğrencilerine 3+1 Uygulamasına İlişkin Sorulan Anket Soruları	Öğrenci Sayısı	%
1	3+1 iş yeri eğitim uygulaması öğrencilerin işi kavrama ve yapma becerilerine önemli katkı sağlamıştır.	52	65
2	3+1 iş yeri eğitim uygulaması sonunda öğrencilerin kendilerine olan güvenleri artmıştır.	51	63,75
3	İş dünyası 3+1 eğitimi gören ön lisans turizm mezunlarını istihdamda öncelikle tercih etmektedir.	46	57,5
4	+1 uygulaması mesleki birikim ve beceri açısından bir dönem (16 hafta) olarak uygulanması yeterlidir	45	56,25
5	Turizm ön lisans öğrencilerinin iş yeri uygulamasıyla işe girme ya da iş bulma imkânları artmıştır.	46	55
6	3+1 modelini tatbik eden iş yerlerinde uygulama yapan öğrencilerin deneyim ve tecrübeleri artmıştır.	43	53,75
7	3+1 uygulaması, okulda alınan teorik bilgilerin işbaşında uygulama yapılmasına imkân vermektedir	42	52,25
8	Ön lisans turizm eğitimini okulda alan öğrenci alanında uygulama yapması mesleğin öğrenilmesi için gereklidir.	40	50
9	İş yeri eğitim uygulaması turizm sektörünü tanımak açısından yararlı olmuştur.	38	47,50
10	Turizm işletmelerinde yetkili personelin öğrencilere bilgi ve beceri kazandırmada gayretleri olmuştur.	36	45
11	İş yeri eğitim uygulaması okulda alınan eğitim uygulamasına uygun olarak yapılmaktadır.	35	43,75
12	İş yeri eğitim uygulamasından sonra mesleğin yapılabilir zevkli bir meslek olduğu anlaşılmıştır.	32	40
13	İş yeri uygulaması sırasında öğrencilere ücret ödemedi herhangi bir sıkıntı olmamıştır.	30	37,5
14	Turizm sektörü için nitelikli ara eleman yetiştirilmesinde üniversite iş dünyası iş birliği iyi olmuştur.	30	37,5
15	Turizm meslek liselerindeki iş yeri eğitim uygulamasıyla 3+1 iş yeri eğitim uygulaması aynıdır.	28	35

Tablo 2’de görüleceği üzere; Ön lisans turizm öğrencilerinden 3+1 iş yeri uygulamasına katılan öğrenci kitlesinin %65’i iş yeri eğitim uygulamasıyla işi daha iyi kavrayıp anladıklarını ve bu doğrultuda becerilerinin de arttığı yönünde beyanları olmuştur. Bu durum karşısında öğrencilerin yaklaşık %64’ünün kendilerine olan güvenlerinin arttığı şeklinde kendilerini ifade etmişlerdir.3+1

eğitim uygulamasına katılan öğrenci topluluğunun %57,5'i iş dñnyası tarafından kendilerinin istihdam edilmede öncelikle tercih edildiği yönünde olmuştur. Bu uygulamanın mesleki birikim ve beceri açısından bir dönem,(16 hafta olarak) uygulanmasının yeterli olduğunu belirten öğrenci kitlesi %56,25' civarındadır. Bu doğrultuda turizm öğrencilerinin okul eğitimi yanında iş yeri eğitimi uygulamasıyla işe girme ya da iş bulma imkânlarının arttığını belirten öğrenci kitlesi ise %55 civarında olmuştur.

Okulda alınan teorik bilgilerin iş başında uygulamasına imkân veren 3+1 uygulaması öğrencilere mesleğin detaylı öğrenilmesini sağlarken deneyim ve tecrübelerinin artmasına da olanak sağlamış olduğunu belirten öğrenci kitlesi %50 ile %53,75 arasında gerçekteşmiştir. Bu iş yeri 3+1 eğitim modeli sayesinde turizm öğrencileri turizm sektörünü yakından tanıma fırsatını bulduklarını belirtenlerin oranı %47,5 civarında olmuştur. Ayrıca 3+1 eğitimine katılan öğrencilerin %40'ının bu işi meslek olarak zevkle yapabileceğini beyan etmiştir.

Tablo 3: Turizm İşletmeleri Yetkililerine 3+1 Modeli İle İlgili Sorular

Önem Sırası	Turizm İşletmeleri Yetkililerine 3+1 Modeli İle İlgili Sorulan Anket Soruları	Öğrenci Sayısı	%
1	3+1 iş yeri uygulaması öğrencilerin işi kavrama ve yapma becerilerine önemli katkı sağlamıştır.	56	70
2	Turizm öğrencileri okul eğitimi yanında iş yeri uygulaması yapmaları mesleğin öğrenilmesi için gereklidir.	55	68,75
3	3+1 modelini tatbik eden iş yerlerinde uygulama yapan öğrencilerin deneyim ve tecrübeleri artmıştır.	52	65
4	3+1 uygulaması, okulda alınan teorik bilgilerin işbaşında uygulama yapılmasına imkân vermektedir.	50	62,5
5	İş yerlerinde uygulama yaptıran personelin öğrencilere bilgi ve beceri kazandırmada gayretleri olmuştur.	51	63,75
6	Nitelikli insan yetiştirilip çalışma verimliliğinin artmasında 3+1 uygulaması başarılı olmuştur.	50	62,5
7	Turizm meslek liselerindeki iş yeri eğitim uygulamasıyla 3+1 iş yeri eğitim uygulaması aynı sayılır.	50	62,5
8	Turizm sektörü için nitelikli ara eleman yetiştirilmesinde üniversite iş dñnyası iş birliği iyi olmuştur.	48	60
9	İş dñnyası, 3+1 eğitimi alan ön lisans turizm mezunlarını istihdamda öncelikle tercih etmektedir.	46	57,5
10	Turizm ön lisans öğrencilerinin iş yeri uygulamasıyla işe girme ya da iş bulma imkânları artmıştır.	45	56,25
11	3+1 uygulaması mesleki birikim ve beceri açısından 16 hafta olarak uygulanması yeterlidir.	40	50
12	Turizm işletmelerinde 3+1 iş yeri eğitim uygulaması tavsiye edilir nitelikte iyi bir uygulamadır.	36	45
13	İş yeri uygulamasıyla öğrenci iş dñnyasını, iş dñnyası yetkilileri de öğrenciyi tanıma fırsatını bulur.	32	40
14	Müfredatların hazırlanmasında iş dñnyasının istek ve önerileri dikkate alınmıştır.	32	40
15	Meslek yüksekokulu yetkilileri 3+1 konusu ile ilgili yeterli bilgilendirme yapmışlardır.	30	37,5

Tablo 3'de görüleceği üzere, turizm işletmeleri yetkililerine 3+1 modeli ile ilgili olarak "öğrencilerin iş başında işi kavrama ve yapma becerilerinin önemli derecede arttığı" doğrultusundaki soruya olumlu cevap verenlerin oranı %70 civarında olmuştur. 3+1 iş yeri eğitim uygulaması hem mesleğin öğrenilmesi hem de deneyim ve tecrübelerin artmasında önemli rol oynadığını belirten iş yeri yetkili kitlesinin oranı % 65- 68,75 arasında gerçekteşmiştir.3+1 iş yeri eğitim uygulaması öğrencilere teorik

bilgilerini uygulamaya dökmelerine fırsat verirken kaliteli eleman yetişmesine imkân verdiğini belirten işveren kitlesinin oranı ise %63.75 civarında olmuştur.

Turizm sektörü için nitelikli ara eleman yetiştirilmesinde üniversite iş dünyası iş birliğinin iyi olduğu yönünde görüş belirten işverenlerin oranı ise %60 civarındadır. 3+1 eğitim alan turizm mezunlarını istihdam etmede öncelikle tercih ettiklerini belirten işverenlerin oranı ise %57,5'dir. Bu iş yeri eğitim uygulaması öğrencilerin işe girme ya da iş bulma imkânlarını arttırdığını belirten işverenlerin oranı ise %56.25 olmuştur. Ayrıca 3+1 iş yeri uygulama modelini 16 hafta olarak yeterli gören işverenlerin tavsiye edilir nitelikte bir model olduğunu, bu uygulama ile öğrencileri tanıma fırsatını bulduklarını belirtenlerin oranı ise % 40-50 arasında gerçekleşmiştir. Bu 3+1 uygulamasının oluşturulmasında okulların müfredatla ilgili olarak iş dünyasının görüş ve önerilerini dikkate almaları işverenlerin %40 tarafından olumlu bulunmuştur.

7.SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemizde ön lisans turizm eğitimi veren meslek yüksekokullarında okuyan öğrencilere meslekle ilgili olarak yılın belli dönemlerinde turizm sektörüne gönderilerek kısa süreli staj yaptırılmaktadır. Öğrenciler bu staj uygulaması ile bilgi ve becerilerini geliştirmeyi amaçlamaktadırlar. Ancak sürenin kısa oluşu ve uygulamanın yasal bir statüde olmaması istenilen nitelikteki sonucu vermemiştir. Ancak 13.02.2011 tarih ve 6111 sayılı kanununun 61 inci maddesiyle mesleki ve teknik eğitim veren yükseköğretim kurumları öğrencileri de 3308 sayılı kanun kapsamına alınarak işletmelerde uygulamalı mesleki eğitim yapmalarına imkân sağlanmıştır. Böylece ön lisans turizm öğrencileri de bilgi ve beceri kazanmak için iş yeri uygulaması yapmak zorundadırlar.

Sakarya Üniversitesi bu kanun gereği bünyesindeki meslek yüksekokullarında ve turizm programlarında üç dönem okul bir dönem işyeri uygulaması olarak bilinen 3+1 modelini altı yıldır uygulamaktadır. Ancak turizm öğrencilerinin bu uygulamaya katılabilmeleri için 3. yarıyılın sonunda not ortalamalarını 4 üzerinden en az 1,8 olarak tutturma başarısını göstermeleri gerekmektedir. Belirlenen düzeyde başarı gösteren öğrenciler turizm işletmelerine pratik esaslı mesleki eğitime katılmaları sağlanmaktadır. Bu model sayesinde hem okul iş dünyası birlikteliği sağlanmakta hem de insani kaynaklar daha kaliteli olarak iş dünyasına doğru taşınmaktadır. Ayrıca 3+1 modelinin beşeri kaynaklara olumlu etkisi üzerine turizm iş yeri sahiplerinin memnuniyetine, ön lisans turizm öğrencilerinin de pratik bilgi, beceri ve deneyim kazanmalarına fırsat sağlanmaktadır.

3+1 modeli ilgili ankette yer alan ifadelerle katılma dereceleri dikkate alınarak yapılan değerlendirmede öğrenciler, mesleki bilgi ve becerilerinin gelişmesinde, deneyimlerinin artmasında, kendilerine olan güvenlerinin yükselmesinde uygulamalı mesleki eğitimin katkısının büyük olduğu yönünde görüş belirtmişlerdir. Ayrıca bu model, öğrencilerin güncel uygulamaları iş başında öğrenmelerine, insani ilişkileri geliştirmelerine, işe girme yâda iş bulmalarına, iş dünyasını tanımalarını ve iş dünyasınca tanınmaları gibi pek çok konuda önemli katkı verdiği görülmüştür. Zaten 3+1 anket sonuçlarına bakıldığında da bir eğitim öğretim dönemi sürecinde iş yeri uygulamasının öğrencilere olumlu yönde bir gelişme sağladığı gözlemlenmiş bulunmaktadır. Çünkü öğrencilerin büyük çoğunluğu bu 3+1 uygulaması ile ilgili ifadelerle olumlu yönde katıldıklarını açıkça ifade etmiş bulunmaktadırlar.

Aynı şekilde üç dönem teorik okul eğitimi bir dönem iş başında uygulamalı eğitimle ilgili ankette yer alan ifadelerle katılma derecelerine göre yapılan değerlendirmede turizm iş yeri yetkilileri, öğrencilerin teorik bilgilerini işbaşında uygulama yaparak işi kavrama ve yapma becerilerinin gelişmesine, mesleğin detaylarının öğrenilmesine, , iş yeri personelinin öğrencilere bilgi ve beceri kazandırarak deneyim ve tecrübelerinin artmasına yönelik olarak destek sağladıkları şeklinde olmuştur. Ayrıca bu uygulama öğrencilerin çalışma verimliliğinin yükselmesine, işe girme yada iş bulma imkânlarının artmasına da yol açmış olduğu beyan edilmiştir. Böylece bu 3+1 uygulaması, öğrencilerin bir dönem turizm işletmelerinde iş yeri personeli ile birlikte çalışmaları olumlu bir iletişim ve etkileşimi ortaya koymuş bulunmaktadır. Oluşan bu etkileşim sayesinde işyerleri eğitilmiş turizm öğrencilerinin iş dünyasınca tanınıyor, biliniyor ve öneriliyor olmaları beşeri sermayenin ekonomiye kazandırılması açısından çok önemli bir kazanım olmaktadır. Ülkemizde meslek elemanı yetiştiren turizm dâhil tüm

meslek yüksekokullarının yaygın halde olmalarına rağmen, piyasada niteliksiz meslek eleman fazlalığı diğer tarafında ise nitelikli meslek eleman açığı bulunmaktadır. Bu dengesizliğin giderilmesi için bu okullarda meslek eğitimi alan öğrencilerin nitelikli hale getirilmeleri için 3+1 bir modelinin yasalaştırılarak ülke geneline yaygınlaştırılması sağlanmalıdır.

Öğrenci kitlesi ile işveren kitlesi, 3+1 uygulamasında öğrencilerin iş kavrama ve anlamada önemli bir benzerlik sergilediği anket uygulaması ile görülmüş bulunmaktadır. Ayrıca hem öğrenci grupları hem de işveren yetkilileri öğrencilerin deneyim ve tecrübelerinin artması işe girme ya da iş bulma imkânlarının çoğalması bu 3+1 uygulaması ile paralellik göstermiştir. Dolayısıyla 3+1 iş yeri eğitim uygulaması olayı öğrenci ve işverenler açısından verimli bir model olduğunu ortaya koymuş bulunmaktadır. Bu bağlamda yapılan bu çalışma ile ortaya çıkan öneriler aşağıdaki şekildedir;

- Meslek lisesi mezunu öğrenciler mesleki tercihlerini gelişi güzel yaparak kendilerine uygun mesleği seçmede doğru ve isabetli karar veremedikleri görülmektedir. Bu nedenle meslek seçimi sırasında öğrencilere danışmanlık hizmeti verilerek kısa sürede işe girecekleri 3+1 modelinin önemi belirtilmelidir.
- Pratik esaslı 3+1 mesleki eğitim modeli okul ve işyeri arasında koordineli ve sıkı bir ilişkiyi gerekli kılmaktadır. Çünkü zaman zaman süreçte aksamalar olabilmektedir. Bunun için okul ve iş yeri arasındaki ilişki ve iletişim sürekli canlı tutularak öğrencilerin takip ve kontrolleri ihmal edilmemelidir.
- Üniversite iş dünyası arasında nitelikli eleman yetiştirilmesi konusunda işbirliği yasal düzeyde yapılmalıdır. Ayrıca bu uygulamalı mesleki eğitime fiilen destek veremeyen iş yerlerinin de maddi katkı sağlayarak destek olmaları yasal bir zemine oturtulmalıdır.
- 3+1 uygulamasına katılan öğrenciyi kontrol eden öğretim elemanı iş yerinde mesleki eğitimle ilgili gördüğü veya edindiği bazı olumsuzluklar olabilir. İş yeri ile iyi bir iletişimle bu olumsuzlukların ortadan kaldırılması için önlemler alınmasına çalışılmalıdır.
- İş yeri uygulaması sırasında öğrencilere ücret ödeme konusunda genel olarak bir tatminsizliğin olduğu görülmektedir. Aslında nitelikli eleman yetiştirmede iş yeri eğitim uygulamasına katılan öğrencilerin motivasyonunu yükseltmek açısından ücret konusu ihmal edilmemelidir.
- (3+1) mesleki eğitim modeline alternatif olarak turizm meslek yüksekokullarında (2+1) iki yıl okul bir yıl iş yeri eğitim uygulaması modelinin uygulanması halinde daha verimli sonuçların elde edilmesi sağlanabilir.
- Nitelikli ara eleman yetiştirme konusunda öğretim elemanlarının da uygulama becerisine haiz, nitelikli olmalarına özen gösterilmelidir.

Bu çalışma Sakarya Üniversitesi bünyesindeki meslek yüksekokullarının tamamında ve turizm bölümlerinde okuyup 3+1 eğitim modeline katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu bu uygulamanın kendilerine mesleki açıdan çok önemli katkılar sağladığını belirtmişlerdir. Bu uygulamanın ülke genelindeki üniversitelerde olmaması nedeniyle diğer üniversite öğrencilerine uygulanamaması çalışmanın en önemli kısıtlılığını oluşturmaktadır. Ancak bu modelin giderek ülke bazında yaygınlaşması halinde daha geniş öğrenci katılımları ile uygulamanın önemi daha iyi anlaşılacaktır.

KAYNAKÇA

- Atik, Hayriye, Beşeri Sermaye, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme, Bursa: Ekin Kitabevi, ,2006.ss-10-15
- Aydın, Ü. ve Oğuz, A. Teknolojik Yenilik ve Buluşçuluk için Türkiye Eğitim ve İnsan Kaynakları Stratejisi. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim. C. (2008)
- Atik Hayriye, Beşeri Sermaye, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme, Bursa.2006, Ekin Kitabevi, ss.11-24
- Arabacı, İmam, Bakır, “Türkiye’de Ve Oecd Ülkelerinde Eğitim Harcamaları”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 10, Sayı: 35, Ss.100- 112., 2011
- Eser K., Gökmen Ç.E. “Beşeri Sermayenin Ekonomik Gelişme Üzerindeki Etkileri: Dünya Deneyimi ve Türkiye Üzerine Gözlemler”, Muğla Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, Cilt 1, Say2, ss 45-46.2009

- Gümüş İ., Meslek Liseleri ve Meslek Yüksekokullarındaki Öğrencilere Uygulamalı İş Yeri Eğitimle Kazandırılan Becerilerin Niteliksel Açıdan Değerlendirilmesi, Uluslararası Yükseköğretimde Mesleki Eğitim ve Öğretim Sempozyumu, ss 304-320, Çorum 2016
- Gürak Hasan, “Önce Bilgili İnsan, Üretim Bilgisi (Teknoloji) Ve Nitelikli Emek Üzerine” 2006, İstanbul ss: 5-20
- İçli Gönül, “Eğitim, İstihdam Ve Teknoloji” Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Fakültesi dergisi sayı 9, yıl Sayfa 67-69,2001
- Karagul, M. (2003). Beşeri Sermayenin Ekonomik Büyümeyle İlişkisi ve Etkin Kullanımı. Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi. No.: 5
- Resmi Gazete, 2547 sayılı “Yüksek Öğretim Kanunu” 04.11.1981 tarih ve 17506 resmi gazete.
- Resmi Gazete, 6111 Sayılı Kanun 13.02.2011 tarih ve 27857 sayılı resmi gazete.
- Sakarya Üniversitesi Meslek Yüksekokulları İşyeri Uygulaması Eğitim Yönergesi,2011, Sakarya.
- Ural, A.ve Pelit, E.(2002).“Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitimi Veren Yüksek Öğretim Örgütlerinin Örgütleniş Biçimleri”. Turizm Eğitimi Konferans Workshop, 11-13 Aralık, (ss. 75-85).Ankara, Turizm Bakanlığı Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü
- Üzümcü, T. P., ve Bayraktar, S. Türkiye’de Turizm Otel İşletmeciliği Alanında Eğitim Veren Yükseköğretim Kuruluşlarındaki Eğitimcilerin Turizm Mesleki Eğitiminin Etkisel Açıdan İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması. 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, s. 80. 2004, Eskişehir

COMMUNITY BASED TOURISM ACTIVITIES WITHIN THE CONTEXT OF SUSTAINABILITY OF TOURISM: A CASE OF GELEMİŞ VILLAGE

Yrd. Doç. Dr. Ali AVAN
Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism
aliavan@aku.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Özcan ZORLU
Afyon Kocatepe University, Faculty of Tourism
ozcanzorlu@aku.edu.tr

Abstract

Increasing awareness about reducing negative effects of tourism activities on environment and handing down a liveable world to the next generations have enabled the rapid development of nature based tourism activities for the last 20-25 years. Although protection of environment is very essential within the context of tourism sustainability, support and active participation of locals living in the areas where the tourism activities performed is also needed for achieving desired goals in sustainability. At this point Community Based Tourism (CBT) activities aiming to create more sustainable tourism industry draw attention through focusing on tourism development and enabling sustainability with destination communities. CBT activities play a significant role due to its particular importance on locals' ownership at tourism activities, enabling socio-cultural and economic development and protection of environment as well.

CBT activities that have rapidly increased in countries like Canada, Nepal and Malaysia is also becoming widespread in Turkey. However much more sectoral and academic studies are needed to increase its growing rate. In this study, it is aimed to search current situation of CBT activities in Gelemiş Municipality of Antalya. Within this context, 15 semi-structured interviews have been conducted with local tourism entrepreneurs and some statistics have been obtained from Gelemiş headman. Data gathered from interviews has been evaluated under six categories such as rudiments of tourism sector, active participation in CBT initiatives, investment situation, local employment and local assets usage, government incentives, awareness of local community. Results of the study, clearly show that active participation in CBT management should be enhanced and increased, also the quantity of government incentives and supports should be increased, and a master tourism plan must be prepared that considers short-medium and long term CBT development strategies.

Keywords: Sustainability in Tourism, Community Based Tourism, Local Entrepreneurship.

1. INTRODUCTION

Economies with low-productivity namely undeveloped economies, are generally characterized with poor local competition. However, developed economies primarily requires strong local competition. Today, successful companies in the global competition are in intense competition in terms of continuous development and innovation with their local competitors. For developed economies, there is a need for policies aimed at raising production efficiency from low-cost raw materials to low total costs and improvements in service delivery. Within this context, economic system should transform from imitation to innovation and from microscale investments to macroscale investments. In this process, it is necessary to have non-physical assets as well as physical ones. In low-productivity economies, the focus is largely on foreign markets. The presence of customers in internal markets will put pressure on improving the firm's processes. Demand arising from local customers can also reveal market segments where firms can differentiate themselves. In a global economy, the nature of local demand and its associated industry clusters are critical to achieving demand-side advantages. At this point, the level of local consciousness can be increased in order to turn demand conditions into advantage. Thus, it may become more possible to gain global competitiveness (Porter, 1998: 120-124).

When the issue is addressed in terms of tourism, it can be said that the tourism industry is generally considered as a locomotive for developing country economies and needs side elements and activities that will enable socio-economic, environmental and cultural development. Also, CBT initiatives are at the forefront of these side elements since those initiatives make welfare-oriented and environment-friendly development possible through tourism activities. One of the most important characteristics of CBT initiatives is that the benefit obtained through tourism activities directly contributes to the local economy. These initiatives not only provide economic contribution to the region, but also allows natural, historical and cultural heritage to be protected from the first hand. Indeed, local people who spent a large part of his/her life in the area as the user of local assets have a great responsibility for ensuring sustainability in tourism. It is possible to say that individuals who participate in CBT activities and thus have a say in preserving and handing down these values to future generations will protect touristic values with a greater sense of responsibility, as well as obtaining benefits from these touristic values. More local people who benefit from tourism mean more individuals with responsibility for protecting the environmental elements that attract tourists (Dasmann et. al., 1973: 115). The main doctrine in tourism's regional development and planning is the necessity of protecting the biophysical environment in tourism areas. This necessity can be ensured by the inclusion of local people directly in environmental protection or the further development of these activities in this area, or indirectly by creating local funds to protect environmental values (Dowling, 2002: 214).

CBT which provides sustainability in tourism with the initiatives of individuals who adopt sustainable usage of the nature at first hand, requires equal sharing and organization of the benefits obtained through tourism activities to all members of the community. In other words, the provision of this organization requires that all stakeholders in the region be brought together around common goals. The presence of local initiatives that will directly contribute to the tourism supply is also important in terms of increasing tourism awareness and ownership in the region. This study deals with the effects of CBT applications, which are important in terms of protection of natural, historical and cultural structure, formation of local entrepreneurship consciousness and transformation of local assets into economic contribution. And, the main purpose of this study is to determine the situation of Gelemiş Village (Patara Village) within the scope of CBT initiatives and to establish CBT development model for the village. Within this context, primarily a conceptual framework about CBT applications is given. In the ongoing process, the results of semi-structured interviews conducted with the stakeholders who have a say on CBT initiatives are given, and then some evaluations and suggestions are made.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK

2.1. Community Based Tourism Activities

CBT which is generally considered as a means of socio-economic and environmental development by offering tourism products (Goodwin and Santilli, 2009: 4; Vanagas and Jagminas, 2011: 157) is an effective way of enabling sustainability in tourism (Blackstock, 2005: 39). Within this perspective World Wildlife Fund (WWF) describes CBT as a form of ecotourism and define it *where the local community has substantial control over, and involvement in, its development and management, and a major proportion of the benefits remain within the community* (Denman, 2001: 2). CBT has emerged as a possible solution to the negative effects of mass tourism (López-Guzmán, Borges & Hernandez-Merino, 2013: 131). The emergence of CBT can be placed in the context of two developments: one, recent worldwide activities that promote sustainable and responsible forms of tourism; and two, the emergence of alternative approaches to protected area management and conservation efforts that link biodiversity conservation with local community development (Hiwasaki, 2006: 677).

CBT activities aim a tourism development, which consider the needs and benefits of local community. Thus, CBT requires steady institutions designed to enhance local participation and promote the economic, social, and cultural well-being of locals. Within this period, CBT development strategy should be compatible with other tourism activities and other components of local economy (Brohman, 1996: 60). Despite this, it is noteworthy that CBT cannot solve all development problems in poor

communities, but provides an additional strategy through which communities can diversify their livelihoods (Mtapuri and Giampiccoli, 2013: 4). Four dimensions are critical at CBT activities in order to achieve sustainability; CBT incomes should exceed costs, CBT activities should be ecologically sustainable, cost and benefits should be equally distributed among all participants in the activity, and an appropriate organization should be ensured. Additionally this organization should be established to represent the interests of all community members and to reflect true ownership (Rozemeijer, 2001: 13; Salazar, 2012: 11). By considering four dimension, a well-structured small-scale CBT empower local communities, local community recognize the importance of natural resources and control over their development, and they equally share costs and benefits. Furthermore such CBT initiatives could provide an important complement and counterbalance to the mass tourism (Kibicho, 2008: 227). Within this scope a well-structured and successful CBT initiative should have some characteristics listed below (Goodwin and Santilli, 2009: 23);

- **Benefits** going to individuals or households in the community
- Collective benefits – creation of assets, which are used by the community as a whole, roads, schools, clinics etc.
- **Community** benefits where there is a distribution of benefit to all households in the community
- **Conservation** initiatives with community and collective benefits
- **Joint** ventures with community and/or collective benefits, including an anticipated transfer of management
- **Community** owned and managed enterprises (CBEs)
- **Private** sector enterprises with community benefits
- **Product** networks developed for marketing tourism in a local area
- **Community** enterprise within a broader co-operative
- **Private** sector development within a community owned reserve.

One other issue in CBT is the community participation to initiatives. Because CBT primarily promotes community participation and seeks to deliver wider community benefits (Mgonja et.al, 2015: 378). To ensure maximum community participation, the community should be well informed and educated about its trust. The CBT management should be transparent and accountable in its dealings. And, the dialogue between different stakeholders should be encouraged and facilitated (Stone and Stone, 2011: 112). Moreover to enhance the efficiency of local community participation local, regional and national networks should be established. Those networks reinforce the bonding relations inside the community, facilitate development process, and enable to gain important relations and connections with the outside world (Iorio and Corsale, 2014: 48-49).

Considering community participation and networks, a successful CBT development requires coordinated joint ventures, which are consisted of governmental, non-governmental and private entities. Different CBT development strategies are possible within this context. Those entities (particularly private ones) could be a single community owned or they could be micro-small enterprises under a common organization leading CBT initiatives for the sake of them. No matter which strategy is implemented, different CBT actors are linked with others within the context of community benefits. The participation of community members in the various activities should all be linked to the CBT for the purposes of coordination and for cooperating in the CBT ventures (Mtapuri and Giampiccoli, 2013: 7-9).

2.2. Study Area: Gelemiş Village (Patara)

Gelemiş Village generally called as ***Patara***, is situated in the southern west of Turkey near by Fethiye and Kaş. The Roman historian Livius identified Patara as "the Centre of the Lycian League" (Kaş Kaymakamlığı, 2017).The city also hosts the first parliament building of the world, the oldest lighthouse and the birth place of St. Nicholas(Patara Golden Pansiyon, 2017). The city is popular with

Patara ancient city which is one the oldest and important cities of Lykia, Patara Beach, sand dunes, traditional life and its nature (Antalya Müzesi, 2017).

Firstly mentioned by Herodotus, Patara ancient city is 41 km. from Kaş and the city dates back to 4th-5th century BC. Ancient Patara city and seaport are at the entrance of Ovagelemiş Valley. However, the Patara port filled with the alluviums brought by Xhantos (Eşen) Stream. Patara Beach hosting Patara ancient city has the longest strand of Turkey with a length of 18 km and declared as “specially protected environment area” by Ministry of Environment. The beach is also spawning area of Caretta Caretta sea turtles. There are many small-scale accommodation lodges, souvenir shops and restaurants where local dishes are served (Cengiz, Çobanoğlu and Barut, 2012: 348).

In addition to its historical and natural beauties Patara (Gelemiş Village) is an important place for CBT activities. It is known that there are many countryside garden restaurants serving traditional foods, and some pancake restaurants with yoruk tent decoration. Moreover most of the accommodation lodges are small-scale and generally operated as pension or boutique hotel. Above all, most of these tourism enterprises owned by local community. Therefore, local community has a control on tourism activities, which is one of the most important criteria for CBT. Therefore, it assumed that Gelemiş Village could be a leading destination in terms of CBT development.

3. STUDY METHOD

This study primarily aims to determine current position of Gelemiş Village in the context of CBT initiatives in detail and then to present a CBT development model considering different actors representing local community. Thus, secondary data analysis and semi-structured interviews were conducted. Secondary data analysis were mainly consisted of CBT literature review and collection of general information about Gelemiş (location, geography, population, numbers of tourism enterprises and etc.). And, interviews were conducted to get necessary data and information about Gelemiş tourism, CBT potential, ownership of enterprises, employment strategy, and percentage of local entrepreneurs, and so on. In this scope, 15 interviews were made with different employers/proprietors involving accommodation lodges, restaurants, souvenir shops, and cafeterias. And data were gathered by face to face meetings from 15 July to 25 July, and then transcription has made.

In the analysis process, interview forms were read by researchers and two consultant in an effort to determine key themes of the study. This process basically involves open and blind coding which provides key words as well. Then research data were reviewed and reported in accordance with predetermined themes and key words. Finally, all components were brought together to set a model for CBT development in Patara including some practical and managerial suggestions.

4. FINDINGS and DISCUSSION

In this part of the study, the findings and evaluations obtained as a result of face-to-face interviews with relevant employers/proprietors were included. The data gathered by interviews from different employers/proprietors involving accommodation lodges, restaurants, souvenir shops, and cafeterias. Based on the data obtained from interviews, survey results were evaluated in 6 different categories.

Rudiments about Patara tourism sector

In regards to data obtained from Gelemiş Village headman, there are 30 pension, 1 hotel (municipality certified), 4 travel agencies, 10 restaurants, 6 pancake house, 5 cafeterias and 6 souvenir shops in Patara. In the region, most of the accommodation lodges are small-scaled such as pensions, and almost all of them serve traditional Turkish breakfast including local crops and goods such as tomato, olives, olive oil, jam, honey and etc.). Pancake houses are an important part of tourism supply as a local cuisine. Investments in the region mainly belong to local people. There is only one non-local resident investor in the region who is the owner of a 3 star hotel. All other investors including pensions, restaurants, pancake houses, souvenir shops are natives/locals of the region. Likewise, the vast majority of the employees working these enterprises are local. Particularly, local employment rates increase to 90% in restaurants and pancake houses.

Contrary to this cultural and social richness for CBT, there is not a tourism master plan for the region. Moreover, government incentives to tourism development are minute amount. There is only one association about tourism development, marketing and planning named as Patara Culture and Tourism Association which is being managed by locals.

Evaluations on active participation in CBT management

Participants of the study generally state that they don't have a voice about Patara's future, and official authorities do not care about their opinions and suggestions in terms of tourism development in Patara. Also they cannot get sufficient support or any incentives from stakeholders such as Municipality, Sub-Governor's Office and Governor's Office. They are welcoming non-local resident investors, unless the number of them is too much. To avoid of costs such as lodging, local employment is more preferred in the area.

CBT initiatives whose main focal point is public welfare and development necessitate all stakeholders in the region to act in common mind and cooperation. This common mind and cooperation will increase the number of individuals embracing protection of nature and then using (sustainability) principle, and will provide equal distribution of the benefits among all stakeholders. Moreover any cooperation will primarily contribute to sustainability in tourism. Within this perspective, participants lay emphasis on participation by stating that they want to have more voice in future of the area. According to them, authorities should care about their opinions and suggestions. Some of their statements about this issue are; *"Our opinions and suggestions are not implemented as long as only authorities have a voice in Patara's tourism"*, *"even if they listen our suggestions they do not carry out them"*, *meetings about tourism development were held before, but not anymore"*, *"we annually attend to international tourism fairs as an association, but we need to have more say in the area as the local investors/work force"*.

Evaluations on investments

CBT projects are essential in terms of realizing Patara's tourism potential with local initiatives. Local people contribute to the tourism sustainability and for their own benefit by transforming local resources into touristic values. Additionally, to have a say in initiatives of the community is very essential in terms of providing more social utility. Participants of the study have stated that they are welcoming non-local resident investors unless the number of them is too much by expressing *"We are certainly disposed to new investors, since the quantity of them is very less. Local people do not own the area"*, *"Of course, why not? How will the region develop if there is no investor?"* Findings related to the subject are partially paralleled by the characteristics of CBT. It is clear that local people voluntarily admit initiatives in terms of public utility. On the other hand, is important to act more consciously in this regard. To provide active participation of local communities, local people should be more informed and educated about the benefits of CBT initiatives to the region.

Local employment and evaluations on the local assets usage

Another important issue in terms of public utility is employment opportunities arising from CBT initiatives. CBT initiatives which are also pioneering socio-cultural development and regional development contribute to the local employment. Hence, participants state that they prefer local people to employ, because of the costs such as lodging. For instance they express *"We employ local people due to the accommodation and transportation facilities"*, *"Running local people is cost-efficient for us, because we get rid of accommodation costs."* One of the important issues in transforming local resources into tourist attractions is the use of locally grown products in the food and beverage services offered. For the tourists, natural and organic nutrition is one of the most important aspects of touristic experiences. Within this context, participants state that they use local crops (vegetables and fruits), and other goods/products such as milk, dairy products, honey, olives. Some statements about using local goods/products are *"Especially we use our own products such as olives, olive oil, tomato and cucumber)"*, *"All needed goods and products are grown or naturally exist here, and, we predominantly*

use our own products/goods”, “we sometimes certainly buy something to serve, but substantially local crops are used.”

Evaluations on government incentives and supports

The development of community-based tourism and the involvement of local communities in these activities depends on the successful management of relevant stakeholders. Within this context local administrations, public and private enterprises should act in the same common denominator. Hence, material aid and spiritual support of local administrators could contribute to increase tourism awareness in the region. Contrary to this fact, participants state that local authorities such as Municipality, Sub-Governor’s Office and Governor’s Office do not support initiatives adequately. Some opinions of participants on the subject are as follows “*We do not get any support. We will almost do the spraying by ourselves*”, “*Supports vary on demand. But most of our requests are not considered by the authorities*”

Awareness of local community about CBT

In the study, the opinions of the participants were also consulted as to determine who make more use of touristic activities, degree of the awareness of local people about the usage of local resources as touristic value, and marketing efforts about the region. The results reveal that about half of those benefit from touristic activities in the region are the locals. Nearly half of the participants have stated that local community is aware of using cultural assets for tourism purposes, and they emphasize the existence of nongovernmental organizations such as “Patara Culture and Tourism Association” controlled and managed by locals. The percentage of those who think that cultural values are accurately determined and planned studies are done for this, is less than half. Raising awareness of local people about the usage of touristic assets primarily requires an accurate inventory conduction about cultural assets and determining the demand generating potential of each asset. More than half of the participants state that the touristic values on the spot are determined together with the local people. However, some participants criticize this process since the potential negativities and threats cannot be foreseen. Additionally local people have no say in the preparation of marketing budget, as well as, there is not any separate marketing strategy driven for each touristic value.

5. CONCLUSION

Today, with the gaining importance of alternative tourism activities to mass tourism, CBT initiatives have begun to be considered as a means of rural development in terms of differentiated marketing and sustainability. Within this perspective, especially undeveloped or developing regions that have tourism attractions for CBT could rapidly gain socio-economic success via CBT as long as they protect their nature, cuisine and traditions. However, this process should be maintained by local people where they have certain control over the activities. Hence, CBT income could provide added value to the region and it could be equally distributed among locals. So, CBT is one of the most important types of tourism activities that contribute to sustainability. From this point of view, this study has aimed to evaluate CBT in Gelemiş Village and presents a CBT development model to the region.

Results of the study clearly indicate that Gelemiş village known as Patara have some advantages in terms of CBT. Protected nature of the region, small- scaled tourism enterprises serving traditional foods, pancake houses as a distinctive feature, awareness about tourism’s impacts, high-degree local ownership and high-degree local employment. However, there are some disadvantages to CBT such as absence of a tourism master plan that should be particularly prepared for Patara, inadequate government support and incentives, absence of tourism associations and non-governmental organizations managed by locals, partially ineffective marketing efforts.

With its pros and cons, Patara village has a great potential in terms of CBT development. Nevertheless, relevant development could be enhanced via holistic evaluations and strategic planning supported by destination development strategies. Determining the main steps for strategic planning

may be useful for further intentions to enhance development process. So, a sample development model built by authors is given below consisting main steps for CBT development.

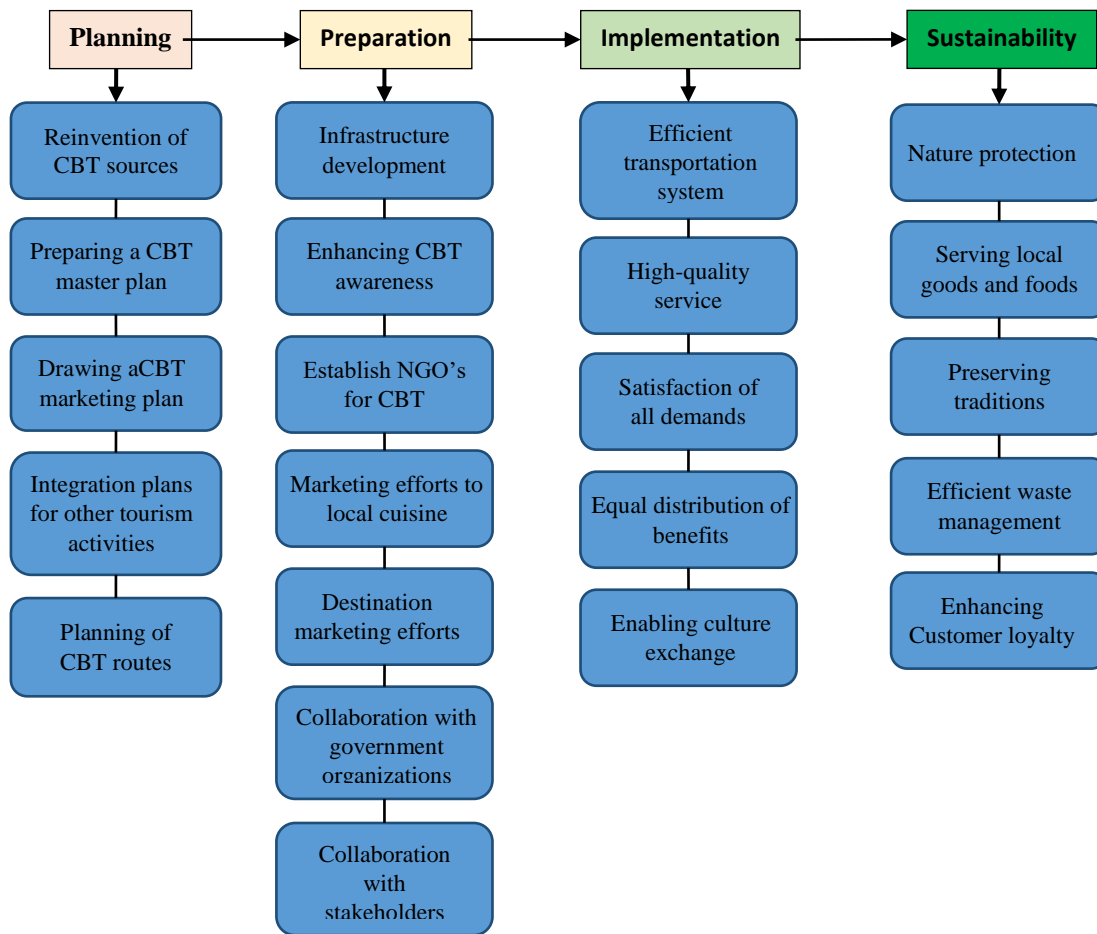


Figure 1: Sample CBT development model for Patara

As seen in figure 1, we propose a four-step CBT development process involving sub-steps that are linked to each other in terms of holistic evaluation. To develop CBT, firstly, reinvention process of CBT resources and master planning about CBT should be performed simultaneously. Also, local authorities should draw a marketing plan addressing directly to CBT promotion, with the participation of local investors and other locals. As it is well known, focusing only CBT activities may cause a narrow-range tourism activity plan. Thus, other tourism attractions of the region should be integrated with CBT activities in terms of product diversification. Local authorities who have a say in CBT development should determine prior CBT activities that will lead CBT in the region. And then, by determining other CBT activities, a variety of CBT routes should be settled. CBT planning process should be followed by preparation phase. Preparation phase mainly should target to establish a well-designed and promoted destination to enhance its attractiveness. So, to create an effective CBT demand, infrastructure and superstructure problems of the destination should already be solved. One other issue on preparation process is to create CBT awareness. Some education programs or mini conferences could be held within this scope. Meanwhile Patara village should market under CBT brand in collaboration with stake holders and other governmental/nongovernmental organizations.

A CBT destination development strategy also depends on adequate, qualified and prompt service of local attractions. Thus, locals as the authorities of CBT should provide an efficient and comfortable

transportation system to Patara. Further all services offered to customers should be high-quality involving mainly local goods and foods made from local crops. Tourists are also should easily get in contact with the employees, employers and locals in terms of culture learning. So, workforce and locals of the region must speak at least one foreign language fluently.

Relevant literature and current applications about CBT particularly stress on sustainability of activities. From this point of view, owners of the tourism enterprises that operate in Patara must make an effort to use recycling materials during service production. Also, green energy usage should be enhanced in the village. Local authorities should implement an extensive and efficient waste-management program in the village. Besides, to sustain CBT activities for the next generations, traditions and customs of the locals must be learned by raising generation. Both adults and young generation should be enthusiastic about protection of traditions and transferring them to next generations. In sum, to market Patara as a CBT destination a multi-dimensional and holistic approach must be implemented. And this approach must consider all factors that have direct or indirect effects on sustainability and CBT of Patara.

REFERENCES

- Antalya Müzesi (2017). *Patara Örenyeri*. <http://www.antalyamuzesi.gov.tr/tr/patara-orenyeri> Erişim: 04.07.2017.
- Blackstock, K. (2005). A Critical Look at Community Based Tourism. *Community Development Journal*, 40 (1), 39-49.
- Brohman, J. (1996). New Directions in Tourism for Third World Development. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48-70.
- Cengiz, Y., Çobanoğlu, A. and Barut, Y. (2012). *Kaş* In: DündenBugüne Antalya Cilt-I. Antalya İl KültürveTurizmMüdürlüğüYayımları, http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/Eklenti/8689,611_-dundenbuguneantalya-1cilt-kaspdf.pdf?0&tag1=DF338BE99C4CBB522A5E501FE3E58E6E693ED0ED, Erişim: 04.07.2017.
- Dasmann, R. F., Milton, J. P. and Freeman, P. H. (1973). *Ecological Principles for Economic Development*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Denman, R. (2001). *Guidelines for Community-Based Ecotourism Development*. WWF International Publication: Switzerland.
- Dowling, R. K. (2002). *Community Attitudes: Tourism Development in Natural Environments*. In S. Singh, D. J. Timothy and R. K. Dowling, *Tourism in Destination Communities*. Wallingford: CAB International.
- Goodwin, H., and Santilli, R. (2009). *Community-based Tourism: A Success*. ICRT Occasional paper, 11(1), 1-37.
- Hiwasaki, L. (2006). Community-Based Tourism: A Pathway to Sustainability for Japan's Protected Areas. *Society & Natural Resources*, 19 (8), 675-692.
- Iorio, M., and Corsale, A. (2014). Community-based Tourism and Networking: Viscri, Romania. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2), 234-255.
- Kaş Kaymakamlığı, (u.d). *İlçemizin Tarihi*, <http://www.kas.gov.tr/ilcemizin-tarihi>, Erişim Tarihi: 17.06.2017.
- Kibicho, W. (2008). Community-based Tourism: A Factor-cluster Segmentation Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 211-231.
- López-Guzmán, T., Borges, O. and Hernandez-Merino, M. (2013) Analysis of Community-Based Tourism In Cape Verde. A Study on the Island of São Vicente, *Anatolia*, 24:2, 129-143.
- Mgonja, J. T., Sirima, A., Backman, K. F., and Backman, S. J. (2015). Cultural community-based Tourism in Tanzania: Lessons Learned and Way Forward. *Development Southern Africa*, 32(3), 377-391.
- Mtapuri, O. and Giampiccoli, A. (2013) Interrogating The Role of the State and Nonstate Actors in Community-based Tourism Ventures: Toward a Model for Spreading the Benefits to the Wider Community, *South African Geographical Journal*, 95 (1), 1-15.

- Patara Golden Pansiyon (2017). “Gelemiş Köyü (Patara) <http://www.pataragoldenpension.com/tr/patara-koyu.html>, Erişim: 04.07.2017.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: The Free Press.
- Rozemeijer, N. (2001). *Community-Based Tourism in Botswana: The SNV Experience in Three Community-Tourism Projects*. Gaborone: SNV Botswana.
- Salazar, N. B. (2012). Community-Based Cultural Tourism: Issues, Threats and Opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*, 20 (1), 9-22.
- Stone, S. L. and Stone, T. M. (2011). Community-Based Tourism Enterprises: Challenges and Prospects for Community Participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (1), 97–114.
- Vanagas, N. and Jagminas, J. (2011). The Potential of Community-Based Tourism Development in Vilnius District Municipality. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 4 (28), 157-163.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN DENGE BOYUTU OLARAK POLİTİK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİN TURİZME ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

Arş. Gör. Fatmanur Kübra AYLAN
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü
kubraceliloglu@selcuk.edu.tr

Prof. Dr. Abdullah KARAMAN
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği Bölümü
akaraman@selcuk.edu.tr

Özet

Sürdürülebilirlik felsefesinin temel amacı yenilenebilir ve yenilenemez kaynakların geleceğe aktarılmasıdır. Bu amaçla gelecek kuşakların yaşam kalitesinin korunmasına yönelik sürdürülebilir kalkınma stratejileri belirlenmektedir. Sürdürülebilir kalkınma stratejilerinden birisi olan sürdürülebilir turizm anlayışı genel olarak turizmin olumsuz etkilerini en aza indirerek turizm arz kaynaklarının gelecek nesillere aktarılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Çalışma kapsamında kavramsal çerçevenin oluşturulabilmesi için ikincil veri kaynakları kullanılmış ve çalışma literatür tarama yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Günümüze kadar yapılan çalışmalar incelendiğinde; sürdürülebilir turizmin ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel boyutları üzerinde ağırlıklı olarak durulduğu görülmüş ancak sürdürülebilirliğin politik boyutu üzerine çok fazla çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu kapsamda yapılan bu çalışmanın amacı sürdürülebilirlik felsefesinde politik sürdürülebilirliğin önemini vurgulamaktır. Politik istikrar diğer boyutların sürdürülebilirliği açısından bir denge görevi üstlenmektedir. Bu nedenle ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel sürdürülebilirliğin sağlanması için politik istikrar önem arz etmektedir. Çalışmada Güneydoğu ve Doğu Anadolu bölgelerinde yoğun olarak yaşanan terör olaylarının bölgenin tarihi, kültürel ve çevresel değerlerinin sürdürülebilirliğine verdiği zararları inceleyerek politik sürdürülebilirliğin önemi vurgulanmıştır. Politik sürdürülebilirlik makro bakış açısıyla değerlendirildiğinde tüm ülkeyi etkilerken mikro açıdan hem bölge halkının yaşam kalitesinin artırılmasına hem de turizm gettolaşması önlenerek destinasyon çeşitlenmesine katkı sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Politik Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Turizm, Terör, Barış.

EXAMINING THE IMPACT OF POLITICAL SUSTAINABILITY ON TOURISM AS THE BALANCE DIMENSION OF SUSTAINABILITY

Abstract

The main objective of the philosophy of sustainability is to move the renewable and non-renewable resources to the future. To this end, sustainable development strategies to protect the quality of life of future generations are determined. Sustainable tourism concept, which is one of the sustainable development strategies, plays an important role in transferring the tourism supply resources to future generations by minimizing the adverse effects of tourism in general. In the context of study, secondary data sources were used to construct conceptual frameworks and the study was conducted by literature review method. When the studies done up to the day are examined; in general economic, environmental and socio-cultural dimensions were dwelt on, but there has not been much work on the political dimension of sustainability. The aim of this work in this context is to emphasize the importance of political sustainability in the aim of sustainability philosophy. Political stability is a balancing act in terms of sustainability of other dimensions. For this reason, political stability is important to ensure economic, environmental and socio-cultural sustainability. The study emphasized the importance of political sustainability by examining the damage caused by intense terrorist incidents in the Southeast and Eastern Anatolia regions to the sustainability of the historical, cultural and environmental values of the region. When political sustainability is evaluated from the macro point of view, it affects the whole country, but it contributes to the diversification of the destinations by increasing the quality of life of the people of the region and preventing the tourism ghetto

Keywords: Sustainability, Political Sustainability, Sustainable Tourism, Terrorism, Peace.

GİRİŞ

Turizm bir ülkenin/bölgenin ekonomik, çevresel ve sosyal gelişiminde önemli bir yere sahiptir. Ancak turizm sektörü olumlu ve olumsuz olmak üzere çift etkiye sahiptir. Bu nedenle turizm sektöründe kaynakların doğru kullanımı, gelişmenin sürdürülebilir olmasına ve bugünkü ve gelecekteki toplumların yaşam kalitesinin iyileşmesine olanak sağlamakta, kaynakların israfı ise ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan geri dönüşü olmayan zararlar vermektedir. Son yüzyılda artan rekabet ortamında ayakta kalmak ve ekonomik kar elde etmek amacıyla çevresel ve sosyal faktörlerin göz ardı edilmesi, bununla birlikte çevre kaynaklı problemler, kontrolsüz nüfus artışı ve dünyanın kaynaklarının sınırlılığı gelecek nesillerin yaşam kalitesini tehlikeye atmakta ve sürdürülebilirlik kavramını ortaya çıkarmaktadır. Günümüzde yaşanan toplumsal ve ekonomik değişimler sanayi toplumundan sonra çevreye verilen zararların büyüklüğü karşısında sürdürülebilir kalkınmayı zorunluluk haline getirmiştir. Hem turist profilindeki değişiklikler hem de doğal, kültürel ve tarihsel mirasın korunması amacıyla turizm sektöründe de sürdürülebilirlik politikası gündeme gelmiştir. Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de yoğun olarak sürdürülebilirliğin ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere üç boyutu üzerinde durulmuş, bu üç boyutun sürdürülebilirliğine katkı sağlayacak politik sürdürülebilirlik boyutu ise ihmal edilmiştir. Bu çalışmanın amacı, politik sürdürülebilirliğin olmadığı bir ortamda sürdürülebilirliğin diğer boyutlarının amacına ulaşmasının pek mümkün olmadığını altını çizmek ve sürdürülebilirlik felsefesinde politik sürdürülebilirliğin önemini vurgulamaktır. Çalışma sürdürülebilirlik çerçevesinde politik sürdürülebilirlik bakış açısı ile çok fazla akademik çalışma olmadığı için önem arz etmektedir. Çalışmanın bu açıdan literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1.LİTERATÜR

1.1.Sürdürülebilirlik Kavramı

Dünya kaynaklarının ve çevrenin insan faaliyetleri sonucu tükenme sınırına doğru ilerlediği konusunda artık genel bir görüş birliği bulunmaktadır. Bu açıdan ele alındığında sürdürülebilirlik ancak doğanın sunduğu kaynakların kendiliğinden yenilenebilmelerine olanak tanıyacak hızda kullanılmasıyla sağlanabilir. Sosyal açıdan sürdürülebilirlik, bugünkü insan neslinin ihtiyaçlarını gelecek kuşakların ihtiyaç karşılama olanaklarını zedelemeyen karşılamak olarak ifade edilebilir (United Nations [UN], 2008; Yavuz, 2010: 64-65).

Sürdürülebilirlik kavramı, ekonomik gelişmenin çevresel kaynak ve değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması prensibine dayanmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı turizme uygulandığında, turizm kaynaklarının tüketilmeden, kirletilmeden ve tahrip edilmeden gelecek nesillerin de kullanabilmesini sağlayacak şekilde kullanılması olarak ifade edilebilir (Birkan 2001:17; Can, 2013:26). Birleşmiş Milletler (BM) 1987 Brundtland Raporu'nda sürdürülebilir kalkınmanın tanımını; "Gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilmelerini tehlikeye sokmaksızın bugünün kuşaklarının ihtiyaçlarını karşılayabilecek kalkınma" olarak yapmıştır (WTO,1998). Bu tanımda dikkati çeken üç önemli unsur söz konusudur. Bunlardan ilki, kalkınma kavramı içerisinde ihtiyaçların sadece ekonomik ihtiyaçlarla sınırlandırılmayıp daha geniş bir biçimde ele alınmasıdır. İkinci olarak vurgulanan unsur ise; kuşaklar arası eşitliğin gözetiliyor olması, başka bir ifadeyle, sürdürülebilir kalkınma, toprak, temiz hava, verimli ormanlar, bitki, balık ve kara hayvanı çeşitleri gibi belirli çevresel sermaye stoklarının gelecek kuşaklara aktarılması anlamına da gelmesidir. Her ne kadar tanım içerisinde açıkça bahsedilmiyorsa da, raporun genelinden çıkartılabilecek üçüncü nokta ise, hem ülkeler arasında hem de ülkelerin kendi içlerinde kuşak içi eşitliklerin gözetiliyor olmasıdır (Gönel, 2002:72).

1.2.Sürdürülebilirliğin Boyutları

Sürdürülebilirliğin, ekonomik sürdürülebilirlik, sosyal sürdürülebilirlik ve çevresel sürdürülebilirlik olarak tanımlanabilecek üç boyuttan söz etmek mümkündür. Bu boyutlardan birincisi adil paylaşımı, ikincisi katılımı, üçüncüsü ise doğal kaynakların korunmasını ifade etmektedir. Sürdürülebilirliğin inşa edilebilmesi ancak ekonomik, sosyal ve çevresel üç boyutun aynı paralellikte ve zamanda gerçekleşebilmesiyle sağlanabilir (Haştemoğlu, 2006:9; Keskin, 2012:84). Sosyal

sürdürülebilirlik ekolojik sürdürülebilirlik için bir ön şart iken, ekonomik sürdürülebilirlik ekolojik ve sosyal sürdürülebilirliğin sağlanması için çok önemli bir gerekliliktir (Çahantimur, 2007:10). Burada önemli bir diğer boyut ise politik sürdürülebilirliktir. Politik sürdürülebilirlik diğer üç boyutu dengede tutarak hedeflerine ulaşmasını sağlamaktadır.

➤ **Ekonomik Boyutu**

Sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu kıt olan kaynakların kullanımı ile ilgilidir. Ekonomik olarak sürdürülebilir bir sistem, mal ve hizmetleri devamlılık esaslarına göre üretebilen, tarımsal ve endüstriyel üretime zarar veren sektörel dengesizliklerden sakınan, iç ve dış borçların yönetebilir düzeyde sürdürülebilirliğini sağlayan sistemdir (Tıraş, 2012:61). Bu nedenle kişi başı gelirin ve tüketimin zaman içerisinde azalmaması sürdürülebilirliğin bir göstergesidir. Yenilenemez kaynakların toplam stoklarında bir azalma olmadığı sürece bugünkü ve gelecek kuşaklar için endişe edilecek bir durum da söz konusu değildir. Daha fazla kaynak kullanımı ve daha fazla mal tüketimi ile iktisadi büyüme, her geçen gün sürdürülemez bir nitelik kazanmaktadır (Eser, 2011:6).

➤ **Sosyal Boyutu**

Sürdürülebilir kalkınmanın sosyal boyutu insan odaklıdır. Sosyal olarak sürdürülebilir bir sistem, eğitim ve sağlık gibi sosyal hizmetlerin yeterliliği ve eşit dağılımı, cinsiyet eşitliği, politik sorumluluk ve katılımı sağlayabilen sistemdir (Tıraş, 2012:61). Sürdürülebilir bir sistem, eğitim, sağlık gibi sosyal hizmetlerin yeterliliği, dağıtım eşitliği, cinsiyet eşitliği, politik hesap verebilirlik ve katılımı başarabilen bir sistemdir. Dünya Ekonomik Kalkınma Komisyonu'na göre, sürdürülebilir kalkınma, çevresellik, ekonomiklik ve sosyal eşitlik ilkelerinin eş zamanlı olarak benimsenmesini gerektirmektedir (Sarıkaya ve Kara, 2007:224).

➤ **Çevresel Boyutu**

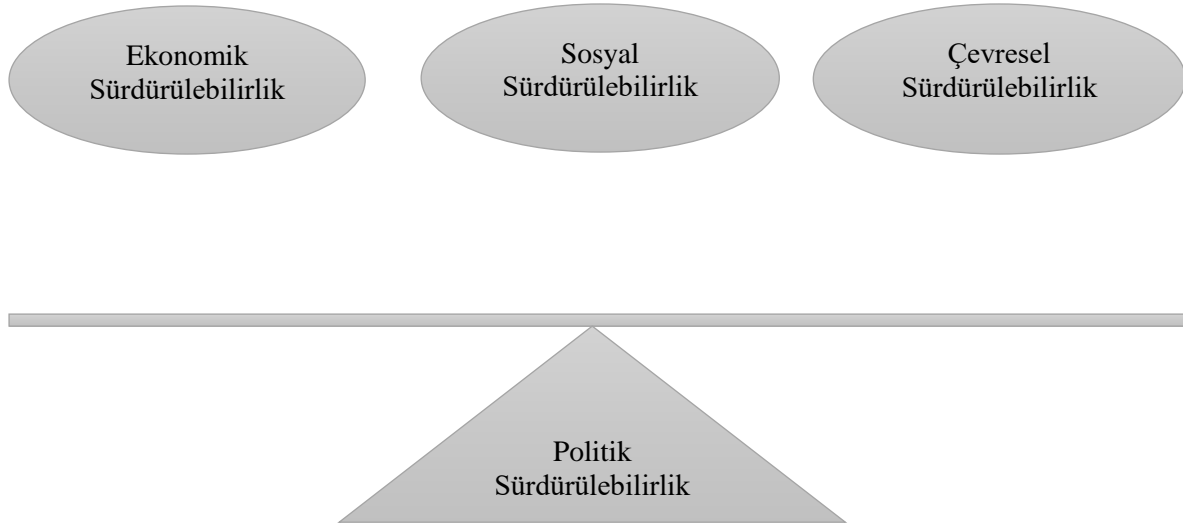
Akgül'e göre, çevresel sürdürülebilirliğin işlerlik kazanabilmesi için aşağıda sıralanan beş koşulun yerine getirilmesi gerekmektedir (Akgül, 2010:156);

1. Kaynak tüketiminin en az düzeye indirilmesi,
2. Malzeme tüketiminin, tamamıyla tüketim sonrası geri dönüştürülmüş malzemelerden ya da (çevreye zarar vermeden ve kaynak temellerini tüketmeden elde edilmiş) yenilenebilen kaynaklardan elde edilmesi,
3. Atıkların% 100 geri dönüşümünün sağlanması,
4. Enerji kaynaklarının korunması ve enerji kaynaklarının tamamıyla yenilenebilir ve çevreyi kirlilemeyen alternatiflere (solar termal ve elektrik, rüzgâr gücü vb.) dayandırılması,
5. Çevrenin geliştirilmesinde ve yapılandırılmasında, biyolojik canlılığa ve çeşitliliğe zarar vermeyecek yöntemler uygulanması.

➤ **Politik Boyutu**

Günümüze kadar yapılan çalışmalarda ağırlıklı olarak sürdürülebilirliğin üç boyutu ele alınmıştır. Ancak hepsini etkileyecek olan politik boyutun göz ardı edilmemesi gerekmektedir. Politik boyut, ekonomik, sosyal ve çevresel boyutu dengede tutmakta ve bu boyutların amaçlarına ulaşmasına katkı sağlamaktadır. Politik boyutta meydana gelen istikrarsızlık diğer üç boyutun sürdürülebilirliğini tehlike altına atarak var olan dengeyi bozmaktadır. Politik istikrarsızlık ülkelerin iç ve dış politikasında meydana gelen sorunlardır ve terör politik istikrarsızlığın göstergelerinden birisidir. Örneğin; Irak ve Suriye'de terör eylemlerinde bulunan IŞİD, birçok arkeolojik bölgeyi ortadan kaldırmıştır. Terör saldırıları nedeniyle birçok medeniyete ev sahipliği yapan ve tarihi açıdan oldukça önemli yapı yok olmaktadır. IŞİD 2015 yılı Şubat ayı sonunda, militanların kazma ve balyozlarla binlerce eseri parçaladığı, Musul Müzesi'ni yerle bir etmiş ve UNESCO Dünya Mirası listesinde yer alan Roma dönemi metropollerinden Hatra kentini yıkıma uğratmıştır (Arkeofili, 2015). Binlerce tarihi alana ev sahipliği yapan Suriye ve Irak'ın kültürel mirası savaş nedeniyle tahrip edilmekte, yağmalanmakta ve yıkılmaktadır.

Şekil 1. Sürdürülebilirliğin Denge Boyutu Olarak; Politik Sürdürülebilirlik



Buradan yola çıkarak politik sürdürülebilirliğin, diğer boyutlar için denge unsuru olduğunu ve politik sürdürülebilirliğin oluşturulmadığı bir durumda ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik sağlanmadığını söylemek mümkündür.

1.2.1.Denge Boyutu Olan Politik Sürdürülebilirlik

Çalışmada politik istikrarsızlığın nedenlerinden biri olan terör üzerinde durulmuş ve sürdürülebilirlik politikasının hedefine ulaşmasında politik sürdürülebilirliğin önemi vurgulanmıştır. Politik sürdürülebilirlik diğer boyutların denge unsuru olmakta ve ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların devamlılığın sağlanmasına olanak vermektedir. Aşağıdaki tabloda da görüldüğü gibi sürdürülebilirlik temalarından biri de yönetim yani politikadır.

Şekil 2. Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Temaları

Temalar
• Yoksulluk • Yönetim • Sağlık • Eğitim • Demografik • Doğal Hava Değişiklikleri • Atmosfer
• Karalar • Okyanuslar, Denizler ve Kıyıları • Tatlı Su • Biyolojik Çeşitlilik • Ekonomik Kalkınma
• Küresel Ekonomik Ortaklık • Tüketim ve Üretim Kalıpları

Kaynak: United Nations (2007). Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies.

Politik istikrarsızlık nedeniyle meydana gelen terör, var olduğu bölgenin ekonomisine ve kültürel kimliğine zarar vererek sosyal refahını zedelemekte ve çatışma nedeniyle doğaya verdiği yıkıcı faaliyetler sonucu sürdürülebilirliği olumsuz etkilemektedir. Politik sürdürülebilirlik, sürdürülebilirliğin üç boyutu ile iç içe geçmekte ve politik sürdürülebilirliğin sağlanmadığı durumlarda bu boyutların amaçları, hedefleri ve stratejileri tehlikeye girmektedir. Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu Bölgesinden meydana gelen terör olayından yola çıkılarak politik istikrarsızlığın sürdürülebilirlik politikasına verdiği zararlar aşağıda başlıklar halinde incelenmiştir.

➤ Göç

Terör, toplum üzerinde bir yıldırma etkisi yaratmayı amaçlarken, bir devletin ekonomik düzenini değiştirmeye yönelik veya ekonomisini olumsuz yönde etkilemeyi hedefleyen bir boyut da taşımaktadır (Serçek ve Serçek, 2016:433). Terörün var olduğu bölgelerde güvenlik ortadan kalkarak toplu veya bireysel göçler meydana gelmektedir. Birinin gerçekten ya da algılama nedeniyle kendi yaşamının tehdit altında olduğunu düşünmesiyle, evini terk etmek zorunda kalışı, kabaca zorunlu göç (forced migration) olarak tanımlanmaktadır. Türkiye'deki zorunlu göçlerin en açık örnekleri sayımlarda nüfusu bulunmayan köylerdir. Bu köyler için sayımlarda "köy tüzel kişiliği devam etmekte olup, nüfus bulunmamaktadır" ifadesi kullanılmaktadır. Terörün meydana geldiği bölgelerde cereyan eden çatışmalar nedeniyle ortaya çıkan güvensiz ortam, emek göçüne zorunlu göçün eklenmesine yol açmıştır. Böylece, bu alanlardan göç eden nüfus, ikiye katlanmıştır (Yüceşahin ve Özgür, 2006:24-33). Yaşanan göçler hem ekonomik hem de sosyal açıdan birçok soruna neden olmaktadır. Ekonomik olarak göç edilen bölge ile diğer bölgeler arasında işgücü, sermaye ve ekonomik refah düzeyi açısından ekonomik kalkınma eşitsizliği meydana gelmektedir. Sosyal açıdan ise, göç eden bireyler doğup büyüdüğü, kültürel kimliğine büründüğü topraklardan koparak yabancı olduğu bir şehirde yaşam mücadelesi vermek zorunda kalmakta, sosyal-kültürel yoksulluk ve toplumsal uyumsuzluk yaşamaktadır. Buradan yola çıkılarak politik sürdürülebilirliğin olmadığı yerleşim yerlerinde ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlikten bahsetmenin mümkün olmadığı görülmektedir.

➤ Doğal ve Kültürel Miras

Terör olayları sadece ekonomik ve sosyal yapıya değil aynı zamanda doğal ve kültürel mirasa da zarar vermektedir. Doğu ve Güneydoğu illerindeki şehirleri terörden temizlemek amacıyla başlatılan operasyonlarda tahrip edilen camiler yeniden ibadete açılmıştır. Şırnak Silopi'de güvenliğin sağlandığı bölgelerde 16 cami hizmete açılmış olup Diyarbakır merkez Sur İlçesi'ndeki çatışmalar sırasında hasar gören 14 tarihi eserin onarımı devam etmektedir.

Diyarbakır Valiliği yapmış olduğu açıklamada; Diyarbakır'ı adeta açık hava müzesi haline getiren, mimarlık ve sanat tarihi alanında öncü rolü bulunan, her biri tarihin ve medeniyetin ışığını geleceğe aktaran ender eserlerden olan Diyarbakır Ulu Camii (5.Harem-i Şerif), Fatih Paşa (Kurşunlu) Camii, Şeyh Muttahhar Camii, Parlı Safa Camii, Hasırlı Camii, Kadı Camii, Nasuh Paşa Camii, Arap Şeyh Camii, Dört Ayaklı Minare, Ermeni Katolik Kilisesi ve Protestan Kilisesi'nin, Sur ilçesinde yaşanan terör olaylarında büyük hasar gördüğünü belirtmiştir. Diyarbakır'daki ilk Osmanlı eseri Fatih Paşa Camii diğer adıyla Kurşunlu Cami, Diyarbakır'daki camilerin en boyutlu ve en özenlisidir. Ancak 2015 yılında yaşanan terör olaylarında caminin içi, orjinal kapısı ve kepenkleri yanmış, mihrap ve minberi ise büyük zarar görmüş, zarar gören bu tarihi eserlerin restorasyon çalışmalarının devam ettiğini aktarmıştır (Hürriyet, 2016). Yaşanan olaylardan görüldüğü üzere; çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması yani geçmişten gelen doğal ve kültürel zenginliklerimizin geleceğe aktarılması hususunda politik sürdürülebilirlik denge rolü oynamaktadır.

➤ Aile ve Çocuk

Ağrı, yıllarca devam eden terör örgütünün eylemleri neticesinde gerek sosyo-ekonomik gerekse sosyo-psikolojik yaralar almış ve bu yaraların izini hâlâ taşımakta olan bir kenttir. Ağrı ilinin terör nedeniyle karşılaştığı temel sorunları; coğrafi şartlar, güvenlik sorunu, personel durumu ve donanım, işsizlik ve ekonomik durum, düzensiz nüfus artışı, göç, eğitim durumu, sosyo-ekonomik ve sosyo-psikolojik sorunlar, sosyal yardımlar, din olgusu ve ahlaki çöküntü ve bölgedeki kaçakçılık şeklinde sıralamak mümkündür (Şen, 2015: 38-39). Bu sorunlar nedeniyle orada yaşayan insanların sosyal refah seviyesi düşüktür. Genel olarak terörün meydana geldiği bölge, il ve ilçelerde sosyal sürdürülebilirliğin tehdit altında olduğu görülmektedir. Sosyal kalkınma hususunda diğer bölgeler ile arasında eşitsizlikler bulunmaktadır. İşsizlik sorunu ile yoksullukla mücadele edilmekte, düzensiz nüfus ve göçlerle kültürel kimliklerini korumaya çalışılmakta, yaşanan olaylar aile ve çocuklarda olumsuz psikolojik etkilere neden olmaktadır. Diyarbakır'da bir otomobile konulan patlayıcılarla gerçekleştirilen terör saldırısından üç ay sonra saldırıya görsel ve işitsel olarak tanıklık etmiş bireylerin %9.6'sında travma

sonrası stres bozukluğu tespit edilmiştir (Güloğlu ve Kararımak, 2013: 238). Ayrıca bu ortamda büyüyen çocuklar, şiddet ve terörü kendini ifade etme ve talepte bulunmanın meşru bir yolu ve yöntemi olarak görebilirler. Bu durumlar incelendiğinde politik sürdürülebilirliğin sağlanamadığı bir ortamda sosyal sürdürülebilirliğin de zedelendiğinin kanıtıdır.

➤ İmaj

Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yaşanan terör olayları, çözüm süreci ile sağlanan güven ortamında yoğun talep gören bölge üniversitelerine olan ilgiyi azaltmıştır. Ailelerin çocuklarını 2014-2015 öğretim yılı sonuna kadar gönül rahatlığıyla gönderdiği, öğrencilerin de güvenlik endişesi duymadan eğitim için geldiği bölge illerinde terör örgütü PKK'nın gerçekleştirdiği saldırılar hem aileler hem de öğrencilerde kaygıya neden olmuştur. Artan terör olayları nedeniyle öğrencilerin hayatından endişe duyan çok sayıda aile, çocuklarını bölgedeki üniversitelere göndermekten vazgeçmiştir (Tür, Payan ve Güneş, 2015). Bölgeye yönelik olumsuz imaj algısı sadece o bölgedeki üniversiteleri tercih edecek öğrenci ve velilerinde değil, o bölgeye dışarıdan gelerek çeşitli meslek gruplarında çalışacak kişilerde sahiptir.

➤ Ekonomi

Terörün meydana geldiği Güneydoğu Anadolu bölgesinde çatışmaların arttığı dönemlerde tarımsal üretim düşmektedir. Bu da tarımın terör saldırılarına hızlı bir şekilde tepki verdiğini göstermektedir. Yaşanan silahlı çatışmalar Güneydoğu Anadolu bölgesinde tarımsal üretimi geriletmektedir. Sanayinin gelişmesi de aynı şekilde terörden etkilenmekte, sanayicinin bölgedeki güvensizlik nedeniyle bölgeyi bir kez terk etmesinin ardından şartlar istenilen düzeye erişse bile bölgeye geri dönmesi diğer sektörler için daha uzun zaman almaktadır. Bununla birlikte kamu hizmetleri, inşaat ve ulaşım gibi hem bölgeye gelir getiren hem de yaşam kalitesini artıran birçok sektör zarar görmektedir. (Sezgin, Gündüz ve Sezgin, 2008:8-9-10). Bu yaşananların sonucu olarak bölgesel gelişmişlik farkı zamanla artmakta ve ekonomik sürdürülebilirliğin birçok hedefi gerçekleştirilememektedir.

2.POLİTİK İSTİKRARSIZLIĞIN TURİZME ETKİLERİ

Sürdürülebilir turizm kavramı Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organisation) tarafından şu şekilde tanımlanmaktadır; "Sürdürülebilir turizm, gelecekteki fırsatları koruyup geliştirmeyi gözeterek, bugünkü turistlerin ve ev sahipliği yapan bölgelerin ihtiyaçlarını karşılama ilkesini benimser. Bu şekilde tüm kaynakların yönetimi; kültürel bütünlüğün, zorunlu ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemlerinin devamlılığı sağlanırken, ekonomik, sosyal ve estetik gerekler karşılanacak şekilde öne çıkarılır. Sürdürülebilir turizm ürünleri; turistik kalkınma ile zarar görmek yerine yararlı olan yerel çevre, toplum ve kültürlerle uyum içinde işlenen ürünlerdir" (WTO, 1998:12). Diğer sektörlerde olduğu gibi sürdürülebilirliğin önündeki engellerden birisi de politik istikrarsızlıklardan dolayı meydana gelen terör olaylarıdır. Terör olaylarının sürdürülebilir turizm politikasına verdiği zararlardan bazıları aşağıda açıklanmaya çalışılmıştır.

Terörün Doğu ve Güneydoğu'da vurduğu en önemli sektörlerden birisi de turizm olmuştur. 70'li yıllarda Doğu ve Güneydoğu'daki tarihi ve tabii güzellikleri görmeye, oralarda izleri bulunan, birçok uygarlığı yerinde görmeye giden özellikle yabancı turistler güven zedelenmesi nedeniyle bu bölgeleri tercih etmemektedir.

Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yaşanan terör olayları, bölgede yaşanan turizm hareketliliğini bitirme noktasına getirmiştir. Yapılan tanıtım çalışmalarıyla bölgede turizmin yükselen değeri olan ve bir milyon turistini ağırlanmasının hedeflendiği Van'da 2016 yılı Ekim ayına kadar rezervasyonların tamamı iptal edilmiştir. Çözüm süreci sonucu turizme kazandırılan ve kısa süre öncesine kadar dağcılarının uğrak yeri haline gelen Hakkari'deki Cilo Dağları da terör saldırılarının artmasıyla yeniden "özel güvenlik bölgeleri" arasına girmiştir (Hürriyet, 2016).

Terör örgütü PKK'nın, "Çözüm Süreci" ile silah bırakma sorumluluğunu yerine getirmesi beklenirken, yol kesme, araç yakma, yola mayın döşeme eylemlerini sürdürmesi vatandaşların en temel haklarından biri olan seyahat özgürlüğünü engellemektedir. Doğu ve Güneydoğu'da yaşanan terör olayları

nedeniyle güvenlik endişesi taşıyan vatandaşların havayolu ulaşımına yönelmesi, karayolu ulaşımını tercih edenlerin sayısında %70'lere yakın düşüşe neden olmuştur (Trt, 2015).

Turizm, Türkiye'de sürekli gelişen bir sektör olmakla birlikte terör ve şiddet olaylarına karşı son derece duyarlıdır. Ülke içerisinde meydana gelen terör olayları sektörün gelişimini frenlemekte, özellikle turizm bölgeleri veya doğrudan turistlere yönelik eylemler sektörde önemli kayıplara neden olmaktadır. Son dönemde PKK terör örgütünün yeniden eylemlere başlaması ve IŞİD terör örgütünün de Türkiye'yi hedef alması turizm sektörü için önemli bir risk oluşturmaktadır.

İnsanların kendilerini güvende hissetmedikleri ortamlardan uzak kalmak istemeleri, turizm sektöründeki hareketliliği de olumsuz etkilemektedir. Çağdaş, uygarlık ve yaşam değerlerine karşı çıkan, terör tehdidi altında bulunan ülkeler tercih edilmemektedir. Terörün insan ve toplum huzuruna zarar vermesinden dolayı en fazla etkilenen sektörlerden birisi de turizm sektörüdür (Yaşaroğlu, 2015). Turizme zarar verecek barış ve huzuru bozan olguların başında politik istikrarsızlıklarından birisi olan terör olayları gelmektedir. Bu da sürdürülebilir turizm politikaları açısından hedeflere ulaşılmasında çok önemli bir engel teşkil etmekte ve gelecek nesillerin çevresel, sosyal ve ekonomik refahını tehlikeye altına atmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Sürdürülebilir turizm politikası doğal, kültürel ve tarihsel mirasların korunması ve yaşayan kültürlerle saygı gösterilmesi, kültürlerarası hoşgörünün sağlanması ile birlikte ekonomik ve sosyal yararın topluma eşit dağıtılması ve yoksulluğun azaltılması amacını taşımaktadır. Turizmin olumlu etkileri olduğu gibi olumsuz etkileri de mevcuttur. 1950'lerde kitle turizminin artırılmasına yönelik stratejiler belirlenirken günümüzde kitle turizminin yol açtığı zararların ortadan kaldırılması amacıyla alternatif turizm türlerine yönelik stratejiler belirlenmektedir. Birçok sektörde olduğu gibi hem gelecek nesillerin refahını koruma altına almak hem de değişen tüketici profiline hitap edip kar sağlamak amacıyla turizm sektöründe de sahip olunan değerlerin korunmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Bunlara örnek olarak doğa dostu oteller çevreye duyarlılığın göstergesi iken Müslüman dostu oteller sosyal açıdan inanç özgürlüğüne olan hassasiyeti ve saygıyı yansıtmaktadır. Turizm, barış dolu, savaşızsız, terörsüz dünyada yaşayan ve gelişen bir sektördür. Bu yüzden sürdürülebilir turizm politikasının hedeflerine ulaşmasında çevresel, sosyal ve ekonomik duyarlılığın yanı sıra sürdürülebilirliğin önemli etkenlerinden birisi de politik sürdürülebilirlik olarak ortaya çıkmaktadır. Turizmin geliştiği bölgelerde sürdürülebilir turizm politikasının hayata geçmesinde politik sürdürülebilirlik önemli bir yere sahiptir.

Çalışmada politik istikrarsızlık olarak terör unsuru ele alınmıştır. Terör ülke içerisinde sosyal, çevresel ve ekonomik zararlara neden olmakta, terörün meydana geldiği bölgelerde yerel halk doğup büyüdüğü köklerinin olduğu topraklardan göç etmekte veya kaos, savaş ve huzursuzluk ortamında yaşamaya mecbur kalmaktadır. Terör insanları en acımasız şekilde birçok kez en mutlu oldukları düşün, bayram gibi özel günlerde vurmuştur. Böyle bir ortamda sahip olunan gelenek ve göreneklerin yerine getirilmesi ve korunarak gelecek nesillere aktarılması mümkün değildir. Sosyal açıdan yıkıma uğrayan bölge halkı, ekonomik zarara da uğramaktadır. Terörün meydana geldiği bölgelerde yatırım oranı düşmekte, sanayi geri kalmakta ve tarıma gerilemektedir. Yerel halkın sosyal refah seviyesinin yanı sıra işsizlik, yoksulluk gibi nedenlerle ekonomik refah seviyesi düşüktür ve diğer bölgeler ile arasında eşitsizlik mevcuttur. Bununla birlikte terör birçok doğal ve kültürel değere zarar vererek çevresel sürdürülebilirliğe de engel olmaktadır. Yaşanan bu kaos ortamından en çok etkilenen sektörlerden biriside turizm sektörüdür. Turizm risk faktöründen çabuk etkilenmekte ve bu durum gelen kişi sayısı ile birlikte gelirlerde de dalgalanmalar meydana getirmektedir. Turizmde güven önemli bir faktördür. Doğal güzelliklere, zengin bir kültürel mirasa ve tarihsel dokulara sahip olan bir destinasyonda güven olmadığı takdirde turizm gelişmemektedir. Güvensiz ortam insanların seyahat özgürlüklerini kısıtlamakta, bölgesel eşitsizlik meydana getirmekte ve turizmin geliştiği bölgelerde turizm gettolaşmasının yaşanmasına sebebiyet vermektedir. Bu da zengin bir turistlik çekiciliğe sahip olan bölgelerde yaşayan yerel halk turizmden yeteri kadar pay alamamasına ve sürdürülebilir turizm politikasının gerçekleştirilememesine neden olmaktadır. Buradan yola çıkarak politik

sürdürülebilirliğin olmadığı; ekonomik açıdan refah seviyesinin düşük olduğu, yoksullukla mücadele edildiği ve terör olayları nedeniyle tarihi değer olan camilerin, kiliselerin ve antik kentlerin yok edildiği bir bölgede sürdürülebilirlik kavramının arka planda kaldığı görülmektedir.

Sonuç olarak, sürdürülebilirliğin temeli olan ekonomik, sosyal ve çevresel boyutuna ek olarak denge boyutu olan politik sürdürülebilirliğin eklenmesi ve bu dört boyutun birlikte incelenmesi, turizm sektörü dahil olmak üzere birçok sektörde sürdürülebilirlik politikasının hedeflerine ulaşılmasına katkı sağlayacaktır. Gelecek dönemlerde yerel halkın politik sürdürülebilirliğe bakış açısına yönelik bir çalışma yapılması literatüre katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akgül, U. (2010). Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı, *Antropoloji Dergisi*, 24, 133-164.
- Birkan, İ (2001). “Sürdürülebilirlik kavramı, Turizm Sektörü Açısından Sürdürülebilir Gelişimin Önemi ve Koşulları. *I. Ulusal Turizm İşletmeciliği Kongresi Bildiriler Kitabı*, Kızılcıhamam, Ankara, 17- 18.
- Can, E. (2013). Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi, *İstanbul Journal of Social Sciences*, 4, 23-40.
- Çahantimur, A. (2007). *Sürdürülebilir Kentsel Gelişmeye Sosyo-Kültürel Bir Yaklaşım: Bursa Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Eser, S. (2011). *Sürdürülebilir Turizm ve Efes Örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Gönel, F., D. (2002). Globalleşen Dünyada (Nasıl bir) Sürdürülebilir Kalkınma, *Birikim*, 158, 72-80.
- Güloğlu, B., ve Kararımak, Ö. (2013). Güneydoğu Gazilerinde Travma Sonrası Stres Bozukluğu Gelişimi, *Anatolian Journal of Psychiatry*, 14, 237-44.
- Haştemoğlu, H., Ş.(2006), *1960’larda Sürdürülebilirlik Ve Kentleşme; Isparta, İstasyon Caddesi Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- İŞİD’in Yok Ettiği 10 Kültürel Miras Yapısı, <http://arkeofili.com/isidin-zarar-verdigi-10-kulturel-miras-alani/>, Erişim Tarihi: 31.10.2017.
- Keskin, E., B. (2012). Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış: Yavaş Şehirler (Cittaslow), PARADOKS Ekonomi, *Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 8 (1).
- Sarıkaya, M. ve Kara, F., Z. (2007). Sürdürülebilir Kalkınmada İşletmenin Rolü: Kurumsal Vatandaşlık, *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (2), 221-233.
- Serçek, G., Ö. ve Serçek, S. (2016). Turizm Sektörünün Gelişmesi Önündeki Engel: Terörizm, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 42, 431-444.
- Sezgin, Ş., Gündüz, N., ve Sezgin, S. (2008). Güneydoğu Terör Olaylarının Ekonomik Sonuçları, *Akademik İncelemeler*, 3 (1). 1-17.
- Şen, Y., F. (2015). Terörün Toplumlar Üzerindeki Sosyo-Ekonomik Etkilerine Bakış: PKK Terörü ve Ağrı Gerçeği, *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (2), 18-70.
- Tıraş, H., H. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 57-73.
- Tür, S., Payan, E., ve Güneş, Z. (2015) Terör Güneydoğu'daki Üniversiteleri de Vurdu, <http://aa.com.tr/tr/turkiye/teror-guneydogudaki-universiteleri-de-vurdu/457939>, Erişim Tarihi: 12.06.2017.
- United Nations (2007). Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies, 9.
- United Nations. (2008). Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future. Transmitted to the General Assembly as an Annex to document A/42/427. <http://www.un-documents.net/ocf-ov.htm>
- Yaşaroğlu, Ş., A. (2015). Terör Belasının Turizme Etkileri, <http://www.turizmaktuel.com/haber/teror-belasinin-turizme-etkileri>, Erişim Tarihi: 09.05.2017.
- Yavuz, V., A. (2010). Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (14), 63 – 86.

- Yüceşahin, M., M. ve Özgür, E., M. (2006). Türkiye'nin Güneydoğusunda Nüfusun Zorunlu Yerinden Oluşu: Süreçler Ve Mekânsal Örüntü, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 4 (2), 15-35.
- WTO, (1998). Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism; World Tourism Organization, Madrid.
- Sur'da Çatışmalardan Zarar Gören 14 Tarihi Eser Onarılıyor, (2016). <http://www.hurriyet.com.tr/surda-catismalardan-zarar-goren-14-tarihi-eser-40313745>, Erişim Tarihi: 12.06.2017.
- Vatandaşın Seyahat Özgürlüğüne "Terör" Engeli, (2015). <http://www.trthaber.com/haber/turkiye/seyahat-ozgurlugune-teror-engeli-199135.html>, Erişim tarihi: 06.07.2017.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZME SİYASET ENGELİ: TÜRKİYE VE HOLLANDA İLİŞKİLERİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Sibel MEHTER AYKIN
Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İktisat Bölümü
sibelaykin@akdeniz.edu.tr

Uzm. Emel KAHRAMAN
Akdeniz Üniversitesi, Uluslararası İlişkiler Ofisi
ekahraman@akdeniz.edu.tr

Özet

Sürdürülebilir turizm alanındaki çalışmalarda politik sürdürülebilirlik çok fazla incelenen bir konu değildir. Mevcut düzenin ve politikaların büyük ölçüde test edildiği son dönemde sürdürülebilir turizmde politika boyutunun derinlemesine incelenmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı; iç ve dış politikanın sürdürülebilir turizm üzerinde yarattığı baskıya dikkat çekmektir. Bu amaca yönelik olarak, Türkiye-Hollanda aksında yaşananların turizm sektörüne yansımaları yorumlanmaya çalışılmaktadır. Bu çerçevede, ilk olarak tarihsel süreçte Türkiye ile Hollanda arasındaki siyasi ilişkilerin gelişimi ele alınarak, Hollanda'daki parlamento seçimlerinin ve siyasi partilerin seçim kampanyalarının bu sürece etkisi tanımlanmaktadır. Ardından, taraflar arasındaki ekonomik ilişkiler ve turizm ticareti incelenerek, yabancı düşmanlığını ve İslam karşıtlığını iç politika malzemesine dönüştüren Hollanda'nın tutumunun Türkiye turizminin sürdürülebilirliği üzerindeki olumsuz etkileri ortaya koyulmaktadır. Sonuçta, politik sürdürülebilirliğin en az ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik kadar turizmin sürdürülebilir gelişimi için önemli olduğu yargısına ulaşılmaktadır.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilir turizm, politik sürdürülebilirlik, Türkiye, Hollanda.

POLITICAL HINDERANCES AGAINST SUSTAINABLE TOURISM: THE CASE OF TURKEY AND THE NETHERLANDS RELATIONS

Abstract

Political sustainability is the least dealt topic in sustainable tourism studies. The need for an indepth analysis of the political aspect of sustainable tourism is evident in times of fierce challenges against *status quo*. In this respect, the aim of this paper is to draw attention to the restraint posed by the internal and international policy on the sustainable tourism. To achieve this end, implications of the deeds by Turkey and the Netherlands on tourism sector is analyzed. In this context, first of all development of the political relations between Turkey and the Netherlands in the course of time is dealt and the impact of both parliamentary elections and election declarations of the political parties on this course is defined. Afterwards, economic relations and tourism trade between the parties are analyzed, and the negative impact of the Netherlands' attitude exploiting *Xenophobia* and *Islamofobia* during the elections on the sustainability of Turkish tourism is dealt with. It is concluded that political sustainability is as much important as economic, social and environmental sustainability for the sustainable development of tourism.

Keywords: Sustainable tourism, political sustainability, Turkey, the Netherlands.

1. GİRİŞ

Sürdürülebilir turizm, dayanağını sürdürülebilir kalkınmadan almaktadır. Bundan otuz yıl önce Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Commission on Environment and Development [WCED], 1987, s.43) sürdürülebilir kalkınma kavramına açıklık getirmiş ve WCED'nin yaptığı tanım turizm camiasına referans oluşturmuştur. WCED'in tanımıyla sürdürülebilir kalkınma, "bu neslin ihtiyaçlarını karşılarken gelecekteki nesillerin ihtiyaçlarını karşılama olanaklarını riske atmayan kalkınma" yaklaşımıdır. Bu bakıştan hareketle, sürdürülebilir turizmi de "mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılarken gelecekteki fırsatları koruyan ve ziyadeleştiren turizm" (World Tourism Organization [WTO], 1993, s.7 ve United Nations Environment Plan [UNEP] & United

Nations World Tourism Organization [UNWTO], 2005, s.12) şeklinde tanımlamak mümkündür. Sürdürülebilir turizm ilk dile getirildiği günden bu yana akademik camianın dikkatlerini üzerine çekmiş ve her bir akademisyen kendi uzmanlık alanı çerçevesinde bu kavrama katkıda bulunmuştur. Buttler, (1993, s.29 ve 1999, s.11) “*belirli bir alanda sonsuz bir zaman diliminde varoluşunu sürdüren turizm biçimi*” şeklinde yaptığı tanımda sürdürmek (to sustain) fiilini odak noktasına koymaktadır. Verdiği daha kapsamlı tanım ise, sürdürülebilir turizm; “*belirli bir toplum ya da çevrede sınırsız bir zamana yayılabilecek boyut ve yaklaşımla geliştirilen ve sürdürülen; diğer faaliyet ve süreçlerin uygun bir zeminde gelişimini engellemeyen ve dayandığı beşeri ve fiziksel çevrenin tahribatına sebebiyet vermeyen turizm faaliyetidir*” (Buttler, 1993, s.29 ve 1999, s.12).

Akademik camia, sürdürülebilir turizmin sağlanabilmesi için geleneksel olarak üç koşulun karşılanması gerektiği hususunda uzlaşmış gibi görünmektedirler. Bunlar sırasıyla ekonomik sürdürülebilirlik, sosyal-kültürel sürdürülebilirlik ve çevresel sürdürülebilirliktir. Buna göre; turizmin ekonomik açıdan sürdürülebilir olması için tüm paydaşların ekonomik faydalardan aynı oranda yararlandığı, kalıcı bir istihdamın, insana yakışır bir gelir düzeyi ile sosyal hizmetlerin teminat altına alınarak yoksullukla mücadelede kayda değer sonuçların alındığı bir uzun erimli iktisadi faaliyetin gerçekleşmesi esastır. Turizmin sosyal ve kültürel açıdan sürdürülebilir olması için ev sahibi toplumun otantik sosyo-kültürel dokusuna saygı duyulması, kültürel mirasın, gelenek ve göreneklerin korunması, kültürlerarası anlayış ve hoşgörüyü katkıda bulunulması elzemdir. Turizmin çevresel açıdan sürdürülebilir olması için de bir yandan turizmin temel girdisini oluşturan çevresel kaynakların optimal kullanımı sağlanırken, diğer yandan ekolojik dengenin sürdürülmesi ve bu bağlamda doğal miras ile biyo-çeşitliliğin korunması gerekmektedir (United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2013, s.15-16 ve UNEP & UNWTO, 2005, s.11). Bramwell ve arkadaşları (1996, s.5), geleneksel yaklaşımdan farklı olarak sürdürülebilir turizmi ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarının yanı sıra “politik sürdürülebilirlik”, “yönetmelik sürdürülebilirlik” ve “hükümetler bazında sürdürülebilirlik” boyutlarını da içerecek şekilde toplam yedi boyutta ele almaktadır.

Turizm planlaması yapılırken ve stratejiler geliştirilirken sadece geleneksel yaklaşımla yetinilmesi, ne yazık ki, her koşul altında mevcut ve gelecekteki ihtiyaçların karşılanması sonucunu doğurmamaktadır. Turizmde geleceğe de yer bırakılarak bugünün ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için iç ve dış politikada sürekliliğin sağlanması önem arz etmektedir. Bununla birlikte, sürdürülebilir turizm alanındaki çalışmalarda politik sürdürülebilirlik pek fazla ele alınan bir konu değildir. Özellikle mevcut düzenin ve politikaların büyük ölçüde test edildiği son dönemde sürdürülebilir turizmde politika boyutunun incelenmesi gereği ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı; iç ve dış politikanın sürdürülebilir turizm üzerinde yarattığı baskıya dikkat çekmektir. Bu amaca yönelik olarak Türkiye-Hollanda aksında yaşananların turizm sektörüne yansımaları yorumlanmaya çalışılacaktır. Bu çerçevede ilk olarak tarihsel süreçte Türkiye ile Hollanda arasındaki siyasi ilişkilerin gelişimi ele alınarak, Hollanda’da parlamento seçimlerinin ve siyasi partilerin seçim kampanyalarının bu sürece etkisi tanımlanmaktadır. Ardından, taraflar arasındaki ekonomik ilişkilerin ve turizm ticaretinin yapısı incelenerek, yabancı düşmanlığını ve İslam karşıtlığını iç politika malzemesine dönüştüren Hollanda’nın Türkiye turizminin sürdürülebilirliği üzerindeki olumsuz etkileri ortaya koyulmaktadır.

2. TÜRKİYE – HOLLANDA İLİŞKİLERİNİN SİYASİ BOYUTU

2.1. Siyasi İlişkilerin Yükselen Seyri

Hollanda’nın tarih sahnesine çıkışı 16. yüzyılın sonlarına denk gelmektedir. 1579 yılında İspanya’dan bağımsızlığını kazanan Hollanda Birleşik Eyaletleri (the Dutch United Provinces) 17. yüzyılda denizcilik ve ticarete önemli bir güce ulaşmıştır. Türkiye-Hollanda ilişkilerinin de aynı yüzyılda tesis edilmiş olması tesadüf değildir. 1612 yılında ilk Hollanda Elçisi Cornelis Haga İstanbul’a atanmış; aynı yıl Sultan I. Ahmet tarafından Hollandalılara *ahidname-i hümayun* verilmiştir. Onlarca yıl Fransız işgali altında kalan topraklarda 1815 yılına gelindiğinde ise Hollanda Kraliyeti (Kingdom of the Netherlands) kurulmuştur. Kraliyetin kuruluşunu takiben Osmanlı İmparatorluğu siyasi ilişkilerini kurumsal bir yapıya oturtmuş; Yahya Karaca Paşa’nın 1859 yılında Lahey Elçisi olarak atanmasıyla birlikte Osmanlı İmparatorluğu’nun Hollanda nezdindeki ilk daimi temsilciliği açılmıştır (Central

Intelligence Agency [CIA], The World Factbook: Netherlands ve Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, Türkiye-Hollanda Siyasi İlişkileri, her ikisi için de bakınız internet kaynakçası).

Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşuyla birlikte Türk Dış Politikası *statükoculuk* ve *batıcılık* olmak üzere iki ana ekseninde geliştirilmiştir. Bunlardan statükoculuk I. Dünya Savaşı sonrasında çizilen sınırlar ile kurulan dengelerin muhafaza edilmesini ifade ederken; batıcılık ise, basit bir coğrafi alanın ötesine geçerek batının ekonomik gelişmişlik düzeyi ile düzenini, bilimde geldiği noktayı ve sahip olduğu uygarlık seviyesini yakalamayı ifade etmektedir (Oran, 2001, s.46-53). Genç Türkiye Cumhuriyeti'nin Hollanda ile ilişkilerini de bu çerçevede değerlendirmek gerekir. 1924 yılında (hicri 16/8/1340) *Türkiye Cumhuriyeti ile Felemenk Kraliyeti Arasında Muhadenet Muahedenamesi* (Dostluk Anlaşması) imzalanmış; Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) kurulana kadar da söz konusu anlaşma taraflar arasındaki siyasi ilişkilerin çerçevesini çizen temel referans belgesi olma özelliğini korumuştur. 1960'lardan itibaren *Türkiye ile Avrupa Ekonomik Topluluğu Arasında Ortaklık Yaratan Anlaşma* ve onun uygulama belgeleri (1970 yılında imzalanan *Katma Protokol* ile 1996 yılında yürürlüğe giren *1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı*) taraflar arasındaki ilişkilerin temel itici gücünü oluşturmuştur. 2005 yılından itibaren de Türkiye ile Hollanda arasındaki ilişkiler Avrupa Birliği (AB) ile mutabakata varılan *Müzakere Çerçeve Belgesi* ekseninde geliştirilmiştir. Dolayısıyla, ne Türkiye açısından Hollanda'ya yönelik, ne de Hollanda açısından Türkiye'ye yönelik tamamen Avrupa Birliği'nden kopuk bir siyasi yaklaşımdan söz etmek mümkün değildir. Bununla birlikte, Türkiye son dönemde mevcut uluslararası yapılar ek olarak seçilmiş bir dizi ülke ile ikili ya da çok-taraflı stratejik işbirliği geliştirme yolunu seçmiştir. Bu bağlamda, 26 Mart 2008 tarihinde *Türkiye-Hollanda İlişkilerinin Güçlendirilmesi ve Türkiye - Hollanda Konferansı Kurulmasına İlişkin Mutabakat Muhtırası* imzalanmıştır. Bu çerçevede oluşturulan *Türkiye - Hollanda Wittenburg Konferansı* dönüşümlü olarak düzenlenmeye başlamış; 14 Şubat 2014 tarihinde gerçekleştirilen altıncı konferansa Türkiye ev sahipliği yapmıştır. Wittenburg Konferansları sürecinde, Türkiye ile Hollanda arasında diplomatik ilişkilerin tesisinin 400. yılı kutlamaları dolayısıyla dönemin Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı ile Hollanda Kraliçesi'nin karşılıklı ziyaretleri taraflar arasında yükselen siyasi ilişkilerin önemli birer göstergesi olarak kayıtlara geçmiştir (Türkiye-Hollanda Siyasi İlişkileri).

2.2. Gerilen İlişkilerde Uluslararası Gelişmelerin ve Siyasi Partilerin Rolü

2000'li yıllar Avrupa Birliği'nin (AB) çoklu sınavlardan geçtiği bir döneme işaret etmektedir. AB, bir yandan tarihindeki en büyük genişlemenin görece yoksul ülkeleri içermesinin getirdiği ekonomik yükü katlanırken, diğer yandan etkilerini özellikle Avro bölgesinde daha da şiddetli gösteren finansal ekonomik krizle mücadele etmek durumunda kalmıştır. Başta Suriye olmak üzere Kuzey Afrika ve Orta Doğu'da yaşanan olayların neden olduğu göçmen/mülteci/sığınmacı krizi ve 11 Eylül saldırısı sonrasında hız kesmeyen terör eylemleri AB üyesi devletlerde mevcut hükümetler üzerinde politik baskı unsuruna dönüşürken, Avrupa çapında da hayal kırıklıklarını ve şüpheciliği beslemiştir. Avrupa şüpheciliğinin ve popülist söylemlerin giderek yükseldiği bir dönemde Birleşik Krallık halkının AB'den ayrılma yönünde irade beyanı Avrupa kıtasındaki kurulu düzeni derinden sarsmıştır. Türkiye'nin bu yüzyılın başında geliştirdiği stratejik yaklaşım, ne yazık ki, uluslararası camianın çözüm üretmekte yetersiz kaldığı uluslararası terör, göç ve ekonomik kriz gibi bir dizi sorunun açığa çıkardığı yabancı düşmanlığı ve İslam karşıtlığı olaylarına feda edilmiştir.

2010'ların ikinci yarısında birçok devlet seçim ve referandum atmosferinde yol almaya çalışmaktadır. Referandumlar mevcut düzenin sorgulandığı, yeni düzene yönelik halkın görüşüne başvurulduğu süreçlerdir. Seçimler ise, mevcut düzenin yerine yenisinin konulmasına yönelik yapılan siyasal bir yarıştır. Avrupa'daki seçim ve referandum süreçlerinde genel bir eğilim olarak Avrupa şüpheciliğinin, yabancı düşmanlığının ve İslam-karşıtlığının yükseldiği izlenmektedir. Mevcut yönetime duyulan memnuniyetsizliğin bir ifadesi olan bu eğilimler Avrupa'daki siyasal partiler tarafından seçim malzemesine dönüştürülmekte; partizan söylemler sorunlara çözüm üretmek yerine karşıtlıklar daha da pekiştirilmektedir. Seçim kampanyalarının ateşlediği polemikler zaman zaman ulusal boyutu aşarak devletler arasında hassasiyetlere neden olabilmektedir. Büyük ölçüde siyasal partilerin söylemlerinden beslenen bu tür politik krizler aslında bakıldığında uluslararası toplumun sosyal, ekonomik ve çevresel anlamda gelişimini kesintiye uğratmaktan öteye gidememektedir.

Avrupa'nın geleceğinin şekillenmesinde önemli birer dönemeç sayılan bazı seçim ve referandumlar tarihleri itibariyle şöyledir: 23 Haziran 2016 Brexit referandumu, 4 Aralık 2016 İtalya'da referandum ve Avusturya'da yenilenen cumhurbaşkanlığı seçimi, 15 Mart 2017 Hollanda'da parlamento seçimleri, 4 Mayıs 2017 Fransa'da cumhurbaşkanlığı seçimleri ile 11 ve 18 Haziran 2017'de iki turlu parlamento seçimleri, 8 Haziran 2017 İngiltere'de parlamento seçimleri, 27 Ekim 2017 Almanya'da parlamento seçimleri (Independent, [These Six Elections are Set to Change Europe Forever](#) ve Parties and Elections in Europe, her ikisi için de bakınız internet kaynakçası).

Hollanda Seçim Kurulu'ndan alınan bilgiye göre (Bayraklı ve Güngörmez, 2017, s.16); 15 Mart seçimleri için toplam 81 parti kayıt yaptırmış, bunlardan 28'i yükümlülüklerini yerine getirerek seçime katılmaya hak kazanmıştır. Bunların bir kısmı yeterli imza sayısına ulaşamadığı için Hollanda'nın tamamında seçime katılamamıştır. Neticede, toplam 16 siyasi parti Hollanda'nın 20 seçim bölgesinde seçime girme hakkına sahip olmuştur. Bunlar arasından seçilmiş bir grup siyasi partiye ve seçim beyannamesine ilişkin özet bilgi Tablo 2'de verilmiştir. Buna göre; Hollanda'da aktif siyasete katılan ister sağ eğilimli, ister sol eğilimli olsun 13 partinin büyük bir bölümü (Demokratlar 66, Yeşil Sol ve Düşün Partisi hariç) İslam karşıtlığı ortak paydasında buluşmuş gibi görünmektedir. 29 Kasım 2016 tarihinde okullarda, kamusal alanda ve sağlık sektöründe yüzü kapatan peçe gibi kıyafetlerin yasaklanmasını öngören yasa tasarısı Sosyalist Parti - SP, Hayvan Hakları Partisi - PvdD, İşçi Partisi - PvdA, 50+ - 50PLUS, Liberal Parti - VVD, Devletçi-Toplumcu Reform Partisi - SGP, Hristiyan Birlik Partisi - CU, Hristiyan Demokrat Parti - CDA, Özgürlük Partisi - PVV, Klein, Houwers, Van Vliet, Monasch, Bontes/Van Klaveren grubu tarafından kabul edilmiştir (Göç Araştırmaları Vakfı, 2017, s.10). Benzer şekilde, Hristiyan Demokrat Parti - CDA, Hristiyan Birlik Partisi - CU, Devletçi-Toplumcu Reform Partisi - SGP bir araya gelerek Hollanda'daki Diyanet İşleri Başkanlığı'na bağlı camilerin Türkiye tarafından finanse edilmesini engellemek için Parlamente'ye önerge sunmuştur. Hollanda Parlamentosu bu önerge doğrultusunda çalışmalara devam etmektedir (Göç Araştırmaları Vakfı, 2017, s.6).

17 milyonluk nüfusa sahip Hollanda'da yaklaşık 900 bin Müslüman bulunmaktadır. Fas ve Türkiye'den gelen göçmenler ile Orta Doğu'dan gelen mülteciler Müslüman nüfus içindeki ana grupları oluşturmaktadır. Hollanda, sahip olduğu Müslüman nüfus açısından Fransa, Almanya, İngiltere, İtalya ve İspanya'dan sonra Batı Avrupa'da altıncı sırada yer almaktadır (Bayraklı ve Hafez, 2016, s.392). Hollanda'da Müslümanlara yönelik eylemler her geçen gün artmaktadır. Valk'ın ifadesiyle (2017, s.28);

“2016 yılında Hollanda Müslümanlara ve İslam dinine karşı irrasyonel nefret, ayrımcılık ve düşmanca tavırları (İslamofobi) içeren çeşitli olay ve olguları tartışmaktadır. Müslümanlara yönelik ayrımcı saldırganlık, 2016'da da ülke gündeminde hararetli bir tartışma konusu olmaya devam etmiştir. Ülkede bu yıl 49 camide ve mülteciler için hazırlanan kabul merkezlerinde çeşitli İslamofobik hadiseler meydana gelmiştir. Ayrımcılık karşıtı kanunlar kapsamında faaliyet gösteren kurumların 2016'da yayımladığı periyodik raporlar ülkede Müslüman karşıtı ayrımcılık hadiselerinde yüzde 45'lik bir artış yaşandığını göstermektedir.”

“Az, daha az Faslı” şeklinde tezahürat yaptırmasıyla akıllara kazınan Özgürlük Partisi – PVV lideri Geert Wilders Hollanda seçimlerinde kullanılan jargonun birinci derecede belirleyicisi olmuştur. 15 Mart seçim sürecinde sağlık sistemi, emeklilerin durumu, konut sıkıntısı gibi ana sorunlar ne yazık ki mülteci krizi, göçmenler ve göçmenlerin uyum sorunu gibi konuların gölgesinde kalmıştır. Ana akım partiler Wilders'in İslam ve göçmen karşıtı görüşlerini eleştirmekle birlikte, PVV'nin beklenmedik yükselişi karşısında Wilders'in söylemleri etrafında pozisyon almak zorunda kalmışlardır. Hollanda'da siyasi partiler göçmenlerin/mültecilerin sorunlarını ve Müslümanların hayat tarzlarını uyum sorunu olarak değil, güvenlik sorunu olarak lanse etmektedirler. Bu şekilde yabancı düşmanlığı ve İslam karşıtlığı toplum nezdinde bir nevi meşrulaştırılmış olmaktadır (Bayraklı ve Güngörmez, 2017, s.13 ve 23).

Türkiye ile Hollanda arasında yaşanan krizi de bu çerçevede değerlendirmek doğru bir yaklaşım olacaktır. Hatırlanacağı üzere, 16 Nisan referandumu öncesinde Adalet ve Kalkınma Partili bakanların Rotterdam'da miting düzenleme isteği 15 Mart'ta seçime gidecek olan Hollanda tarafından

engellenerek seçim malzemesine dönüştürülmüştür. 11 Mart 2017 tarihinde Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu'nun uçuş izni iptal edilmiş, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı Fatma Betül Sayan Kaya'nın Rotterdam'daki Türk Başkonsolosluğu'na girişi engellenerek 'istenmeyen kişi' ilan edilmiştir. Kriz, Bakana destek vermek için olay yerine gelen Türk vatandaşlarına Hollanda Polisinin müdahalesiyle tırmanmış; Bakanın Türkiye'ye dönmesi ile sonlanmıştır (İktisadi Kalkınma Vakfı [İKV], Türkiye ile Hollanda Arasında Yaşanan Krize İlişkin Bilgi Notu, bakınız internet kaynakçası).

Mark Rutte liderliğindeki VVD 15 Mart 2017 seçimlerinde oyların % 21,2'sini alarak 33 milletvekili çıkarmıştır. 2012 seçimlerine kıyasla 8 milletvekili kaybetmiş olmakla birlikte, seçimleri birinci parti olarak tamamlamıştır. Rutte'nin "*Türkiye ile yaşanan diplomatik krizi başarılı bir şekilde yönetmesi*"nin VVD'nin birinci parti olarak çıkmasında birinci derecede etkili olduğu şeklinde yorumlar yapılmaktadır (Archick, The Dutch Parliamentary Elections: Outcome and Implications, bakınız internet kaynakçası). 15 Mart Hollanda seçimleri ve 16 Nisan Türkiye referandumu tamamlanmıştır. Ancak, iki ülke arasında yaşanan siyasi krizin ne yöne evrileceği hususu belirsizliğini korumaya devam etmektedir.

Tablo 1: Hollanda’da Siyasi Partiler ve Seçim Beyannamelerindeki Siyasi Yaklaşımları

Siyasi Parti	Siyasi Yaklaşım
Volkspartij voor Vrijheid en Democratie / VVD / Liberal Parti	1948 yılında kurulmuş, liberal sağ görüşlü bir partidir. 2017 seçim programında sert bir göç ve entegrasyon politikasını savunmuştur. Hollanda vatandaşlığı, peçe yasağı ve ülkedeki dini kuruluşlar konularında kısıtlayıcı önlemler alma taraftarıdır. Seçim programında terör örgütüne katılan Hollandalıları vatandaşlıktan çıkarmak gibi tartışmalı maddeler de mevcuttur.
Partij van de Arbeid / PvdA / İşçi Partisi	1946 yılında kurulmuş, sosyal demokrat bir partidir. Hollanda’da entegrasyona destek olmadıkları gerekçesiyle Türk organizasyonlarını denetim altına almak istemiştir. Türkiye kökenli gençlerin Irak ve Şam İslam Devleti - DAESH sempatisini olduklarına dair açıklama sonrası Parti içindeki iki Türk milletvekili istifa etmiştir. Partinin gündeminde ülkeye yeni gelecek göçmenlere beyanname imzalatmayı öngören yasa tasarısı bulunmaktadır.
Partij Voor de Vrijheid / PVV / Özgürlük Partisi	2006 yılında Liberal Parti - VVD’den ayrılan milletvekili Geert Wilders tarafından kurulmuştur. Aşırı sağcı ve popülist bir çizgidedir. Hollanda’nın AB üyeliğine karşı çıkmaktadır. Göçmenlere, sığınmacılara ve Müslümanlara karşı katı tutumuyla bilinmektedir. Hollanda’nın İslam’dan arındırılması, mültecilere ve Müslüman ülkelere gelen göçmenlere sınırların kapatılması, mülteci barınma merkezlerinin kapatılması, başörtüsü ve diğer İslami simgelerin, camilerin, İslami okulların, Kuran’ın yasaklanması gibi hoşgörüyü sığmayan söylemleri bulunmaktadır.
Christen-Democratisch Appèl / CDA / Hristiyan Demokrat Parti	1980 yılında kurulmuş, Hristiyan demokrat bir partidir. Hristiyan Birlik Partisi – CU ve Devletçi-Toplumcu Reform Partisi – SGP ile birlikte hareket eden CDA, 15 Temmuz darbe girişimi sonrasında Hollanda’daki Diyanet İşleri Başkanlığı’na bağlı camilerin Türkiye tarafından finanse edilmesini engellemek için Parlamente’ye önerge sunmuştur.
Politieke Partij Democraten / D66 / Demokratlar 66	1966 yılında kurulmuş, ileri görüşlü liberal bir partidir. Çifte vatandaşlığı sorun olarak görmemektedir. Mülteciler ve göçmenler konusunda bir diğer liberal parti olan Liberal Parti - VVD’ye kıyasla daha hoşgörülü bir politika izlemektedir. Mülteci çocuklara daha fazla fırsat tanınmasını ve aile birleşiminin sağlanmasını savunmaktadır.
GroenLinks / Yeşil Sol	1990 yılında kurulmuş, sol tandanslı ve çevreci bir partidir. Farklılıklara saygı ve fırsat eşitliği temelinde politikalar benimsemektedir. Seçim programında işgücü piyasasındaki ayrımcılıkla ve polislerin yaptığı ayrımcılıkla mücadele yer almıştır. İlimli bir göç politikasını benimseyen Parti, mülteci çocukların haklarının genişletilmesinden yanadır. Ayrıca, Hollanda’nın sömürgecilik tarihi ile yüzleşmesi gerektiğini de dile getirmektedir.
Socialistische Partij / SP /	1972 yılında kurulmuş, en sol görüşlü partilerden biridir. Devletin vatandaşa aktif hizmet etmesi gerektiği görüşü, eşitlik ve hoşgörü kavramları Partinin temel dayanağını oluşturmaktadır. İşgücü piyasasındaki ayrımcılıkla mücadele seçim

Sosyalist Parti	programında yer alan konu başlıklarındandır. Hoşgörülü bir mülteci ve göç politikası bulunmaktadır. Mültecilere ve göçmenlere yönelik devlet desteğinin artırılması vaatlerinde bulunmuştur. Mültecileri / sığınmacıları ve aşırı İslamcıları çeşitli politikalarla topluma tekrar kazandırmayı öngörmektedir. Bununla birlikte, Fas ve Türkiye gibi ülkelerin diaspora politikalarına kısıtlamalar getirmekten yana olduğunu da gizlememektedir. Bu ülkelerdeki hükümetlerin “uzantısı” sayılabilecek kuruluşlarla devletin işbirliği yapmaması gerektiğine dair açıklamaları bulunmaktadır.
50PLUS / 50+	2009 yılında kurulmuş, 50 yaş ve üzerindekiilerin menfaatlerini gözetmeyi amaçlayan bir partidir. Türkiye'nin Hollanda'daki camilere verdiği finansal desteğin kesilmesi için Temsilciler Meclisi'ne sunulan önergeyi destekleyen partiler arasındadır. 2016 yılının Kasım ayında ise peçe yasağını kabul eden partiler arasında yer almıştır. Göçmenler için vatandaşlık şartlarının ağırlaştırılmasından yana olan Parti çifte vatandaşlığa da karşıdır.
ChristenUnie / CU / Hristiyan Birlik Partisi	2000 yılında kurulmuştur. 2016 yılının Eylül ayında Hristiyan Demokrat Parti - CDA ve Devletçi Reform Partisi - SGP ile birlikte hareket eden CU Türkiye'nin Hollanda'daki Diyanet İşleri Başkanlığı'na bağlı camileri finanse etmesini engellemeye yönelik önerge sunmuştur. Ayrıca göçmenlerin 'sadakat beyannamesi' imzalamalarını istemektedir.
Partij voor de Dieren / PvdD / Hayvan Hakları Partisi	Hayvan haklarını savunan bir grup tarafından 2002'de kurulmuştur. Merkez sol çizgidedir. Peçe yasağını onaylayan partiler arasındadır. Ayrıca helal kesimin de yasaklanmasını istemektedir. Hristiyan Demokrat Parti - CDA'nın Hollanda'daki camilerin, Türk devleti tarafından finanse edilmesini engellemek için sunduğu önergeyi destekleyen partiler arasında yer almıştır.
Staatkundig Gereformeerde Partij / SGP / Devletçi-Toplumcu Reform Partisi	1918 yılında kurulmuş, radikal Hristiyan bir partidir. Parti programında Hristiyan değerleri belirleyici bir rol oynamaktadır. 2017 Ocak ayında İslam'a karşı bir manifesto yayınlamıştır. Manifesto'da “İslam'ın şiddetle eş” olduğu savunulmaktadır. Ayrıca, camilerin yurt dışından finanse edilmesinin önüne geçilmesini, ezanın ve burka/peçenin yasaklanmasını istemektedir. Sadece Hristiyanlara verilebilecek bazı haklardan söz etmekte, belirli aralıklarla idam cezasını gündeme taşımaktadır.
Voor Nederland / VNL / Hollanda İçin Partisi	2014'te Özgürlük Partisi'nden ayrılan iki üye (Louis Bontes ve Joram van Klaveren) tarafından kurulmuştur. Liberal sağcı bir partidir. Katı bir göç politikası savunucusudur.
Denk / Düşün Partisi	İşçi Partisi'nden 2014 yılında ihraç edilen Türkiye kökenli Hollanda milletvekilleri Tunahan Kuzu ve Selçuk Öztürk tarafından 9 Şubat 2015'te kurulmuştur. Denk “düşün” anlamına gelmektedir. Sözü edilen milletvekilleri İşçi Partisi - PvdA'lı Lodewijk Asscher'in bazı Türk kuruluşlarının şeffaf olmadığı ve entegrasyonun önünde engel teşkil ettiği yönündeki görüşlerine ve söz konusu kuruluşların tekrar incelenmesi talebine karşı çıkmış; geri adım atmamaları sebebiyle de Partiden ihraç edilmişlerdir. DENK'in seçim programının temelinde ayrımcılıkla mücadele yer almaktadır.

Bu bağlamda, “entegrasyon” kavramı yerine “karşılıklı kabul” kelimesinin kullanılmasını önermektedir. Sömürgecilik dönemine ait sokak isimlerinin değiştirilmesi ve ırkçılıkla mücadele için özel bir polis biriminin kurulması Parti programında yer almaktadır. Ayrıca, ırkçılıktan sabıkası bulunanların devlet kurumlarında çalışmalarının engellenmesi önerilmekte ve devletin daha insancıl bir mülteci politikasının olması gerektiği hususunun da önemle altı çizilmektedir.

Kaynak: “Göç Araştırmaları Vakfı (2017). *Hollanda’daki Siyasi Sistem ve Siyasi Partiler Bilgi Notu, 23 Şubat 2017*” künyeli eserden yazarlar tarafından derlenmiştir.

3. TÜRKİYE – HOLLANDA İLİŞKİLERİNİN TİCARİ BOYUTU

Diplomatik ilişkilerin kurulmasını takiben Hollandalı tüccarların Osmanlı İmparatorluğu'ndaki faaliyetleri artmıştır. 17. yüzyılda taraflar arasındaki ticaretin kapsamını ipek, pamuk, yün ve baharat gibi geleneksel ürünler oluştururken, 19. yüzyıla gelindiğinde bunlara tütün ilave olmuştur. 1930'larda Hollanda'nın çok uluslu şirketi Philips'in Türkiye pazarına girmesi artan ticari ilişkilerin göstergesi olarak değerlendirilebilir. Ancak, karşılıklı ticaretin kayda değer bir büyüklüğe ulaşması için 24 Ocak Kararları ile 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararını beklemek gerekmiştir. Türkiye ile Hollanda arasındaki ticaretin geliştirilmesi amacıyla akdedilmiş anlaşmalar Tablo 2'de verilmiştir. Açıkça görüleceği üzere, iki elin parmağını geçmeyecek sayıdaki anlaşmalara 1980'lerde Türkiye ekonomisinin dışa açılması, 1990'larda ise AB ile Türkiye arasında gümrük birliğinin tesis edilmesi damgasını vurmuştur.

Tablo 2: Türkiye ile Hollanda Arasındaki Anlaşma ve Protokoller

Anlaşma	Tarih
Ticaret ve Ödeme Anlaşması	06.09.1949
Ekonomik ve Teknik İşbirliği Ortak Komisyonu (KEK) Kurulmasına İlişkin Mektup Teatisi	24.01.1985
Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması	27.03.1986
Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması	27.03.1986
Hayvan Sağlığı Alanında İşbirliği Yapılmasına İlişkin Veterinerlik Anlaşması	24.05.1995
Tarım ve Kırsal Politikalar Alanında İşbirliği Mutabakat Zaptı	21.09.2000
Enerji Alanında İşbirliği Mutabakat Zaptı	03.10.2000
Uluslararası Karayolu Taşıma Anlaşması	17.04.2003
Gümrükler Alanında İdari Yardım Anlaşması	18.08.2005

Kaynak: T. C. Ekonomi Bakanlığı, Türkiye ile Ticaret: Hollanda, bakınız internet kaynakçası.

Hollanda AB'nin altıncı büyük ekonomisidir. İstikrarlı bir endüstriyel yapıya, ileri teknolojiye ve görece düşük işsizlik oranına sahiptir (yaklaşık %5). Ekonominin lokomotif sektörleri nakliye/lojistik, kimya sanayi, ticaret ve hizmetlerden oluşmaktadır. Hollanda, Avrupa'nın ulaşım ağında önemli bir üs olmanın yanı sıra, dünyanın en çok ihracat yapan ilk on ülkesi arasında yer almaktadır. Dış ticaret Hollanda ekonomisinde büyük bir öneme sahiptir. Dış ticaret hacmi 2005 yılından bu yana gayri safi milli hasıla (GSMH) üzerinde gerçekleşmektedir. Başlıca ticaret ortakları Almanya, Fransa, Belçika ve Çin'dir. Makine ve ekipmanlar, kimyasallar, yakıtlar ve gıda maddeleri Hollanda'nın başlıca ihracat kalemlerini oluştururken; makine ve ulaşım araçları, kimyasallar, yakıtlar, gıda maddeleri ve giyim ana ithalat kalemlerindedir (The World Factbook: Holland; Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, Hollanda'nın Ekonomisi ve Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, Dış Ticaret: Hollanda, bakınız internet kaynakçası).

Tablo 3'de Türkiye ile Hollanda arasındaki dış ticarete ilişkin rakamlar verilmiştir. Taraflar arasındaki ticaret hacmi son on yıldır 4 ila 7 milyar \$ arasında seyretmektedir. 2016 yılı itibarıyla Türkiye'nin Hollanda'ya ihracatı 3 milyar 589,6 milyon \$, Hollanda'dan ithalatı ise 3 milyar 014,7 milyon \$ olarak gerçekleşmiş; iki ülke arasındaki ticarete ülkemiz lehine dış ticaret fazlası oluşmuştur. Hollanda'yla ticaretimizde başlıca ihraç ürünlerimiz giyim eşyası ve aksesuarları, kara ulaşım araçları, tekstil elyafı ve mamulleridir. Başlıca ithal ürünlerimiz ise metal cevherleri, kara ulaşım araçları, plastik ve kimyasallardır. Ülkemizde 2.564 Hollanda firması faaliyet göstermekte olup, Philips, Unilever, Shell,

ABN Amro ve C&A bunlardan bazılarıdır. 2002-2015 döneminde Hollanda'dan ülkemize yapılan yatırım miktarı 21 milyar 58 milyon \$ olmuştur. Bu bağlamda, Hollanda ülkemize yatırım yapan ülkeler arasında ilk sırada yer almaktadır. Öte yandan, Hollanda'da yerleşik Türk girişimcilerin sayısı 23.000'e ulaşmıştır. 2002-2015 döneminde ülkemizden Hollanda'ya yapılan yatırım miktarı ise 9 milyar 205 milyon \$ olarak gerçekleşmiştir. Hollanda, ülkemizden yurtdışına yapılan yatırım bakımından da ilk sırada yer almaktadır (Hollanda'nın Ekonomisi). Tüm bu rakamlar iki ülke ekonomisinin ne denli iç içe geçtiğini ve pazar bütünleşmesinin sağlandığını göstermesi açısından önem arz etmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, Hollanda'nın Ekonomisi ve Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, Dış Ticaret: Hollanda, bakınız internet kaynakçası)

Tablo 3: Türkiye Hollanda Dış Ticaret Değerleri (milyon \$)

Yıllar	İhracat	İhracat Değişim %	Genel İhracata Oranı %	İthalat	İthalat Değişim %	Genel İthalata Oranı %	Hacim	Denge
2006	2.539,3	2,8	2,97	2.160,1	0,4	1,55	4.699,4	379,1
2007	3.018,9	18,9	2,81	2.655,0	22,9	1,56	5.673,9	363,8
2008	3.143,8	4,1	2,38	3.056,3	15,1	1,51	6.200,2	87,5
2009	2.124,0	-32,4	2,08	2.543,1	-16,8	1,80	4.667,0	-419,1
2010	2.461,4	15,9	2,16	3.156,0	24,1	1,70	5.617,4	-694,6
2011	3.243,1	31,8	2,40	4.005,0	26,9	1,66	7.248,0	-761,9
2012	3.244,4	0,0	2,13	3.660,6	-8,6	1,55	6.905,0	-416,3
2013	3.538,0	9,1	2,33	3.363,6	-8,1	1,34	6.901,6	174,5
2014	3.458,7	-2,2	2,19	3.564,4	6,0	1,47	7.023,1	-105,7
2015	3.154,9	-8,8	2,19	2.914,4	-18,2	1,41	6.069,2	240,5
2016	3.589,6	13,8	2,52	3.014,7	3,4	1,52	6.604,2	574,9

Kaynak: T. C. Ekonomi Bakanlığı, Türkiye ile Ticaret: Hollanda, bakınız internet kaynakçası.

4. TÜRKİYE – HOLLANDA ARASINDA TURİZM HAREKETLERİ

4.1. Hollanda'nın Turizm Piyasasına Genel Bakış

Hollanda'da gayri safi yurtiçi hasılanın (GSYİH) %3,7'si turizm gelirlerinden sağlanmakta; toplam istihdamın %5,2'si turizmden kaynaklanmaktadır (OECD, 2016, s.234). Turizm sektörünün sevk ve idaresini Hollanda'da Ekonomi Bakanlığı üstlenmiştir. Ekonomi Bakanlığı Hollanda Turizm ve Fuarçılık Kurulu (NTCB – Netherlands Tourism and Conventions Board) ile birlikte ülkenin uluslararası piyasalarda tanıtılması ve tutundurulması görevini yerine getirmektedir. Turizmde yenilik, girişimcilik ve sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik politikaların oluşturulması görevi de yine Ekonomi Bakanlığı'nın yetki alanına girmektedir. Yerel ve bölgesel yönetimler kendi sınırları dahilinde pazarlama faaliyetlerini sürdürürken, Ekonomi Bakanlığı turizm işletmeleri ile merkezi yönetim arasındaki ilk temas noktasını oluşturmaktadır.

Hollanda 2025 turizm vizyonunu “tecrübe etme” (experience) ve “şaşırtma” (surprise) kavramları üzerine yapılandırmıştır. Buna göre, “*turistleri şaşırtacak ölçüde yenilikçi seçeneklerle dünyanın en geniş tecrübe yelpazesine sahip destinasyon olmak*” Hollanda'nın turizmde 2025 yılı hedefini oluşturmaktadır. Bir başka ifadeyle, “*yenilikçi ve şaşırtan tecrübeler*” sunmak suretiyle Hollanda kendini turizm piyasasında ayrıştırma ve rekabetçi bir noktada konumlandırma arzusundadır. Bu vizyona yönelik olarak yenilikçilik, beşeri sermaye, teknoloji, pazarlama, deregülasyon, doğa, ruhsal ve toplumsal içerme üzere yedi tematik eylem planı tanımlanmıştır (OECD, 2016, s.234-235).

Tablo 4'de Hollanda'nın dış aktif ve dış pasif turizm piyasasına ilişkin temel veriler sunulmuştur. Buna göre; 2014 yılında Hollanda'ya 13.925 kişi ziyarete gelmiş olup, bunlar 15,4 milyar € harcamada bulunmuştur. Öte yandan, aynı yıl itibarıyla 17.933 Hollandalı yurtdışına çıkmıştır. Bunların yaptığı harcamalar ise 17,3 milyar € olarak gerçekleşmiştir. Bu bağlamda, Hollanda'nın turizmde net hizmet alıcısı konumunda olduğunu söylemek mümkündür. 2014 yılında Hollanda'ya en çok turist gönderen ülkeler sırasıyla Almanya (3.894), Birleşik Krallık (1.857) ve Belçika'dır (1.828). Bu üç ülkeden gelen

ziyaretçiler Hollanda'nın toplam ziyaretçi sayısının yarısından fazlasını oluşturmaktadır (%54). Hollandalıların destinasyon tercihleri ise sırasıyla Almanya (3.373), Fransa (2.606) ve İspanya (1.856) şeklinde gerçekleşmiştir (OECD, 2016, s.238).

Tablo 4: Hollanda'nın Dış Aktif Turizm ve Dış Pasif Turizm Piyasası

Yıllar	Dış Aktif Turizm (Hollanda'ya Gelen Ziyaretçi Sayısı)	Uluslararası Turizm Gelirleri (ulaştırma dahil) (milyon €)	Dış Pasif Turizm (Yurtdışına Giden Hollandalı Sayısı)	Uluslararası Turizm Harcamaları (ulaştırma dahil) (milyon €)
2010	10.883	14.127	18.430	15.019
2011	11.300	15.052	18.560	14.949
2012	11.680	15.737	18.628	15.931
2013	12.783	17.060	18.093	15.644
2014	13.925	15.430	17.933	17.364

Kaynak: OECD. (2016). Netherlands. İçinde OECD Tourism Trends and Policies 2016, Paris: OECD Publishing, s.288.

Tablo 5'de başlıca tur operatörlerinin Hollanda paket tur piyasasındaki pazar payları verilmiştir. Buna göre; Hollanda paket tur piyasasında 10'un üzerinde tur operatörü faaliyette bulunmaktadır. Bunlardan Corendon %45,6 oranındaki pazar payı ile Hollandalıların yarısına yakınının seyahat organizasyonunu gerçekleştirmektedir. Bunu sırasıyla %17,8 oranındaki pazar payı ile Tantar/TUI; %11,9 oranındaki pazar payı ile Summer Tour ve %11,4 oranındaki pazar payı ile Diana/Thomas Cook takip etmektedir. Hirschman-Herfindahl Endeksi⁵ değeri 2.696,44 olarak hesaplanmış olup, bu rakam Hollanda paket tur piyasasının oligopolistik bir yapıda olduğuna işaret etmektedir. Corendon, TUI, Thomas Cook gibi tur operatörlerinin Hollanda paket tur piyasasında hakim durumda bulduklarını söylemek mümkündür. Taraflar arasındaki krizin aşılabilmesi halinde, söz konusu tur operatörlerinin Türkiye'deki destinasyonlara turistleri yönlendirmeme gibi bir yaklaşım sergileyip, hakim durumlarını kötüye kullanma yoluna gidebileceklerini de gözden kaçırmamak gerekir.

Tablo 5: Tur Operatörlerinin Hollanda Paket Tur Piyasasındaki Pazar Payları

Grup	Pazar Payı (%)	Pazar Paylarının Karesi
Corendon	45,6	2.079,36
Tantar/TUI	17,8	316,84
Summer Tour	11,9	141,61

⁵ Herfindahl Hirschman Endeksi (HHI) piyasalardaki yoğunlaşmayı ölçmek üzere kullanılan başlıca araçlardandır. Firma pazar paylarının kareleri alınıp toplanarak suretiyle HHI'ye ulaşılmaktadır. Bulunan HHI eşik değerlerle karşılaştırılarak pazardaki yoğunlaşmaya dair yorumlar yapılmaktadır. Eşik değerler şöyledir: HHI > 0, <1.000 ise tam rekabet piyasası; HHI > 1.000, <1.800 ise monopolcü rekabet piyasası; HHI >1.800, <10.000 ise oligopol piyasası; HHI = 10.000 ise monopol piyasası koşulları söz konusu endüstriye hakimdir (Ünsal, 2005). HHI küçüldükçe piyasanın daha rekabetçi bir yapıda olduğu söylenmekte; HHI büyüdükçe aksi bir durumun varlığından söz edilmektedir. Burada kritik eşik 1.800 ve üzeridir. Ekonomik etkinlikten uzaklaşılması sebebiyle oligopol ve monopol piyasaları arzu edilen piyasa yapıları değildir (Türkay, 1996). Daha fazla bilgi için bakınız: Mehter Aykın, S. (2017). Türkiye'ye Yönelik Alman Paket Tur Pazarının Herfindahl Hirschman Endeksi Üzerinden Değerlendirilmesi. Z. Suleimenona (Ed.), *AL-FARABI 1st International Congress on Social Sciences* içinde (baskı aşamasında). Gaziantep: Kazak National University & Institution of Economic Development and Social Researches.

Diana/Thomas Cook	11,4	129,96
MTS Incoming	3,2	10,24
Novissima	2,3	5,29
Peninsula	1,9	3,61
NBK Touristic	1,0	1,0
Bentour	0,6	0,36
LTS Türkiye	0,6	0,36
Meeting Point Int	0,5	0,25
De&Ha	0,2	0,4
HST	0,2	0,4
Diğer	2,6	6,76
Toplam	99,8	
Hirschman – Herfindahl Endeks Değeri		2.696,44

Kaynak: TurizmDataBank. (2016). Türkiye Paket Tur Pazarı Araştırması 2015, s.10

4.2. Hollandalı Ziyaretçilerin Türkiye Turizm Piyasasındaki Konumu

Tablo 6’da Türkiye’ye gelen toplam ziyaretçi sayısı ile Hollanda’dan Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı son on yılda düzenli olarak artmakla birlikte, uluslararası siyasetten kaynaklanan baskı dolayısıyla 2016 yılında istisnai olarak %24,6 oranında azalarak 31,3 milyona düşmüştür. Öte yandan, Türkiye’ye gelen Hollandalı ziyaretçi sayısı, dönemsel azalmalara rağmen, 700.000 ile 1.000.000 bandında seyretmektedir. Türkiye’ye gelen Hollandalıların toplam ziyaretçi sayısı içindeki payı ise %2 ila %3 arasında değişmektedir.

Tablo 6: Türkiye’ye Gelen Toplam Ziyaretçi Sayısı ve Hollanda’dan Türkiye’ye Gelen Ziyaretçi Sayısı (2006-2016)

Yıl	Türkiye’ye Gelen Toplam Ziyaretçi Sayısı	% Değişim	Hollanda’dan Gelen Ziyaretçi Sayısı	% Değişim	% Pay
2006	23.148.670		790.793	---	3,41
2007	27.214.985	17,5	846.005	6,9	3,10
2008	30.979.980	13,8	811.239	-4,1	2,61
2009	31.972.375	3,2	849.293	4,6	2,65
2010	33.027.942	3,3	824.741	-2,8	2,49
2011	36.151.327	9,4	904.993	9,7	2,50
2012	36.463.918	0,8	993.179	9,7	2,72
2013	39.226.226	7,5	1.001.905	0,8	2,55

2014	41.415.070	5,5	1.019.329	1,7	2,46
2015	41.617.531	0,4	943.907	-7,3	2,26
2016	31.365.330	-24,6	717.535	-23,9	2,28

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı [KTB], Turizm İstatistikleri, bakınız internet kaynakçası

Tablo 7’de yıllar itibariyle yurtdışına çıkan toplam Hollandalı ziyaretçi sayısı ile Türkiye’ye gelen Hollandalı ziyaretçi sayısı verilmiştir. Tablodaki değerler büyük ölçüde Hollanda’daki iç ve dış kaynaklı gelişmelerin izlerini taşımaktadır. Hatırlanacağı üzere, küresel finansal krizin bir sonucu olarak 2008 yılında Hollanda’da bütçe açığının GSYİH’ya oranı %5,7’ye ulaşmıştır. Bu rakam %3 olan kabul edilebilir eşik değerinin çok üzerindedir. 2009-2013 döneminde resesyona giren Hollanda’da işsizlik oranı hızla artarak %7,4’e ulaşmıştır (The World Factbook: Netherlands). 2010 yılında Liberal Parti - VVD ile Hristiyan Demokrat Parti - CDA koalisyonuna yönelip, Özgürlük Partisi’nin - PVV de dışarıdan desteğini alarak bir azınlık hükümeti kurmuşlardır. II. Dünya Savaşından bu yana Hollanda’da kurulan ilk azınlık hükümetini oluşturan Rutte Hükümeti, sunduğu tasarruf tedbirleri paketinin PVV tarafından onaylanmaması dolayısıyla düşmüştür. 2012 yılında gerçekleştirilen erken genel seçimi takiben en çok oy alan Liberal Parti (%26,6) ile İşçi Partisi (%24,9) arasında koalisyon hükümeti kurulmuş; yeni hükümet VVD Lideri Mark Rutte Başbakanlığında işbaşı yapmıştır (Göç Araştırmaları Vakfı, 2017, s.2). Rutte Hükümeti kamu finansmanını iyileştirmek üzere tasarruf tedbirlerine baş vurmuş; işgücü piyasası, inşaat sektörü, enerji piyasaları, emeklilik sistemi gibi önemli alanlarda kapsamlı reformlar gerçekleştirmiştir (The World Factbook: Netherlands). Bu bağlamda, yurtdışına çıkan Hollandalı ziyaretçi sayısının 2011 ve 2012 yıllarında %1’in altında bir artış kaydetmesi, 2013 ve 2014 yıllarında ise daralması Hollanda iç siyasetindeki ve ekonomik koşullarındaki sarsıntı ile açıklanabilir.

Siyasi ve ekonomik dalgalanmalara rağmen Türkiye’ye gelen Hollandalı ziyaretçi sayısındaki artış dikkat çekicidir. Azınlık hükümetinin istifaya zorlanmasına rağmen 2011 ve 2012 yıllarında %10’lara varan artışın kaynağını ve ayrıca Hollandalıların yurtdışına çıkışlarındaki daralmaya rağmen 2013 ve 2014 yıllarında izlenen küçük de olsa artışın dayanağını Türkiye ile Hollanda arasında gerçekleştirilen *Wittenburg Konferansları*’nda aramak doğru olur. Bu tarihten sonra, Hollanda’dan gelen ziyaretçi sayısında önemli düşüşler izlenmiş; en büyük düşüş ise Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısının bir bütün olarak azaldığı 2016 yılında kaydedilmiştir. Bir önceki yıla kıyasla %23,9 oranında azalarak Türkiye’ye gelen Hollandalı sayısı 2016 yılı itibariyle 717.535 olarak kayıtlara geçmiştir.

Tablo 7: Yurtdışına Giden Toplam Hollandalı Ziyaretçi Sayısı ile Türkiye’ye Gelen Hollandalı Ziyaretçi Sayısı

Yıllar	Yurtdışına Giden Hollandalı Ziyaretçi Sayısı	Ziyaretçi Sayısı		% Değişim	% Pay
		% Değişim	Türkiye’ye Gelen Hollandalı Ziyaretçi Sayısı		
2010	18.430	--	824.741	-2,8	4,47
2011	18.560	0,7	904.993	9,7	4,87
2012	18.628	0,3	993.179	9,7	5,33
2013	18.093	-2,8	1.001.905	0,8	5,53
2014	17.933	-0,8	1.019.329	1,7	5,68

Kaynakça: OECD ve KTB

Rutte Hükümeti’nin uyguladığı tasarruf tedbirleri ile reform programından sonuç alınmış; 2016 yılında küçük de olsa hükümet bütçesi fazla vermiştir (bütçe fazlasının GSYİH’ya oranı % 0,3). Hükümet, 2017 yılı için %2,1 oranında bir büyüme ve % 4,9’a düşen işsizlik oranı tahmininde bulunmaktadır. 15

Mart 2017 tarihinde %82 gibi yüksek bir katılımı ile gerçekleşen genel seçimlerden Liberal Parti – VVD birinci parti olarak çıkmıştır. Koalisyon ihtimallerini araştırmak üzere Sağlık, Sosyal Yardımlaşma ve Spor Bakanı Schippers görevlendirilmiştir (Anadolu Ajansı, Hollanda’da Koalisyon için Görüşmeler Başladı, bakınız internet kaynakçası). Bir yandan giderek yükselmekte olan yabancı düşmanlığı ve İslam karşıtlığı, öte yandan seçim öncesinde taraflar arasında yaşanan siyasi kriz, yeniden toparlanmaya başlayan ekonominin beslediği Hollandalı turistten Türkiye’nin pek fazla pay alamayacağını düşündürmektedir.

5. SONUÇ

WCED, 1980’li yıllarda sürdürülebilir kalkınmayı “*bu neslin ihtiyaçlarını karşılarken gelecekteki nesillerin ihtiyaçlarını karşılama olanaklarını riske atmayan kalkınma*” yaklaşımı şeklinde tanımlamıştır. Bu tanımdan hareketle, sürdürülebilir turizmi de “*mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılarken gelecekteki fırsatları koruyan ve ziyadeleştiren turizm*” şeklinde tanımlamak mümkündür. Ekonomik sürdürülebilirlik, sosyal-kültürel sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik turizmin sürdürülebilir gelişimi için geleneksel olarak karşılanması gerektiği kabul edilen üç ana boyuttur. Sınırlı sayıda akademisyen sürdürülebilir turizmin politik sürdürülebilirlik, yönetsel sürdürülebilirlik ve hükümetler bazında sürdürülebilirlik olmak üzere başkaca boyutların da olduğuna dikkat çekmektedir. Hollanda-Türkiye ilişkileri incelendiğinde politika devamlılığının sürdürülebilir turizm açısından önemi gözlerden kaçmamaktadır. Tarihsel süreçte Hollanda-Türkiye ilişkilerini üç ayrı dönem ve her döneme özel dinamikler çerçevesinde ele almak mümkündür. Bunlardan birincisi Osmanlı İmparatorluğu döneminde ticari ilişkiler ekseninde şekillenen dinamikler; ikincisi Türkiye Cumhuriyeti’nin ilk yıllarında *statükoculuk ve batıcılık* şeklinde ifadesini bulan dinamikler; üçüncüsü ise Hollanda’nın da kurucular arasında yer aldığı AB ile Türkiye arasında son dönemde izlenen gelişmeler çerçevesinde oluşan dinamiklerdir.

Son dönemde, Türkiye-Hollanda ikili ilişkilerini Türkiye-AB ilişkilerinden bağımsız düşünmek mümkün değildir. Taraflar arasındaki ekonomik ve ticari ilişkiler AB ile müzakerelerin başlatıldığı 2005 yılından bu yana ivme kazanmıştır. Bununla birlikte, 15 Mart 2017 tarihinde parlamento seçimlerine giden Hollanda ile Türkiye arasındaki siyasi ilişkiler kopma noktasına gelmiştir. Bunu, uluslararası politikanın bir tezahürü olarak okumak yanlış olmayacaktır. 2000’li yıllarda uluslararası terör, göç ve ekonomik kriz gibi bir dizi sorunun çözümünde uluslararası camia yetersiz kalmış; bu durum Avrupa şüpheciliğini, yabancı düşmanlığını ve İslam karşıtlığını tetiklemiştir. Genel olarak AB’de, özellikle de Hollanda’da aşırı sağ partilerin engellenemeyen yükselişi seçim sürecinde diğer partileri de benzer söylemler etrafında toplamış; Hollanda’nın Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanı ile Aile ve Sosyal Politikalar Bakanı’na yönelik tutumu taraflar arasındaki ilişkileri kopma noktasına getirmiştir. Gerilen ilişkilerin başta turizm olmak üzere, birçok alanda kısa ve orta vadeli sonuçları olacağı açıktır.

Türkiye’ye gelen toplam turistlerin yaklaşık %3’ü Hollandalı ziyaretçilerden oluşmaktadır. Peş peşe gelişen terör eylemleri ile darbe girişimi sonrasında Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı hızla düşmeye başlamıştır. 2016 yılında Türkiye’ye gelen Hollandalı sayısı bir önceki yıla kıyasla %23,9 oranında azalarak 717.535 ziyaretçiye gerilemiştir. 2017 yılında ise bu düşüşün daha da keskin olacağı barizdir. Hollandalı turistler oligopolistik yapıda faaliyet gösteren tur operatörleri aracılığıyla Türkiye’ye gelmektedir. Corendon, TUI, Thomas Cook gibi tur operatörleri Hollanda paket tur piyasasında hakim durumda bulunmaktadır. Taraflar arasındaki krizin devam etmesi halinde, sözü edilen tur operatörlerinin Türkiye’deki destinasyonlara turistleri yönlendirmeme gibi bir yaklaşım sergileyip, hakim durumlarını kötüye kullanma yoluna gitmeleri kuvvetle muhtemeldir. Dış ticaretten beslenen Hollanda’da kişi başına düşen gelirler bir hayli yüksektir. Bu bağlamda, Türkiye açısından göz ardı edilemeyecek bir turist kaynağını oluşturmaktadır. Hollanda ekonomisi 2016 yılını toparlayarak kapatmış, 2017 yılı içinse büyüme sinyalleri vermeye başlamıştır. Ancak, Türkiye’nin bu iyileşmeden arzu edildiği ölçüde faydalanamayacağı ortadadır.

Türkiye-Hollanda ilişkilerinin gelişim seyri politik sürdürülebilirliğin en az ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik kadar turizmin sürdürülebilir gelişimi için önem arz ettiği gerçeğini ortaya

koymaktadır. Politik söylemler bir ülke turizminin sürdürülebilirliği önünde ciddi bir engel oluşturabilmektedir. Turizm stratejileri geliştirilirken sadece geleneksel yaklaşımla yetinilmesi, ne yazık ki, her koşul altında mevcut ve gelecekteki ihtiyaçların karşılanması sonucunu doğurmamaktadır. Bu bağlamda, turizmde geleceğe de yer bırakılarak bugünün ihtiyaçlarının karşılanabilmesi için iç ve dış politikada sürekliliğin sağlanması elzemdir.

KAYNAKÇA

- Bayraklı, E.; Güngörmez, O. (2017). Hollanda Parlamento Seçimleri ve Aşırı Sağın Yükselişi (Sayı: 194), Ankara: SETA Analiz.
- Bayraklı, E.; Hafez, F. (Ed.) (2016). European Islamophobia Report 2016, Ankara: SETA Report.
- Bramwell, B., Henry, I., Jackson, G., Prat, A.G., Richards, G. and van der Straaten, J. (Ed.). (1996). *Sustainable Tourism Management: Principles and Practice*. Netherlands: Tilburg University Press.
- Buttler, R.W. (1993). Tourism - an evolutionary perspective. İçinde Nelson, J. G.; Buttler, R. W. ve Wall, G. (Ed.), *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing* (ss. 27-44). Ontario: University of Waterloo (Department of Geography Publication 37).
- Buttler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review, *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.
- Göç Araştırmaları Vakfı (2017). Bilgi Notu: Hollanda'daki Siyasi Sistem ve Siyasi Partiler, <http://gocvakfi.org/hollandadaki-siyasi-sistem-ve-siyasi-partiler/> Erişim Tarihi: 31 Temmuz 2017.
- Ineke Van Der Valk, I. V. D. (2017). 2016 Avrupa İslamofobi Raporu: Hollanda'da İslamofobi (Sayı: 199), Ankara: SETA Analiz.
- Mehter Aykın, S. (2017). Türkiye'ye Yönelik Alman Paket Tur Pazarının Herfindahl Hirschman Endeksi Üzerinden Değerlendirilmesi. Z. Suleimenona (Ed.), *AL-FARABI 1st International Congress on Social Sciences* içinde (baskı aşamasında). Gaziantep: Kazak National University & Institution of Economic Development and Social Researches.
- OECD. (2016). Netherlands, İçinde OECD Tourism Trends and Policies 2016, Paris: OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/tour-2016-en> Erişim Tarihi: 23 Haziran 2017.
- Oran, B. (2001). Türk Dış Politikasının Teori ve Pratiği. İçinde Oran, B. (Ed.), *Türk Dış Politikası Kurtuluş Savaşından Bugüne Olgular, Belgeler, Yorumlar* (ss. 46-53). İstanbul: İletişim Yayınları.
- [TurizmDataBank](http://www.turizmdatabank.com) (2016). Türkiye Paket Tur Pazarı Araştırması 2015, Antalya. www.turizmdatabank.com/haber/pakettursonuclar2015 Erişim Tarihi: 20 Haziran 2017.
- Türkay, O. (1996). *Mikroiktisat Teorisi*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- UNCTAD. (2013). Sustainable Tourism: Contribution to Economic Growth and Sustainable Development, Geneva. unctad.org/meetings/en/.../ciem5d2_en.pdf Erişim Tarihi: 19 Haziran 2017.
- UNEP & UNWTO. (2005). Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Makers, www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf Erişim Tarihi: 19 Haziran 2017.
- Ünsal, E. M. (2005). *Mikro İktisat*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- WCED (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- WTO. (1993). *Sustainable Tourism Development: Guide for Local Planners*. Madrid.

İnternet Kaynakçası

- Anadolu Ajansı, Hollanda'da Koalisyon için Görüşmeler Başladı, 20.03.2017, <http://aa.com.tr/tr/dunya/hollandada-koalisyon-icin-gorusmeler-basladi/775906> Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017
- Archick, K. "The Dutch Parliamentary Elections: Outcome and Implications", March 20, 2017, <https://fas.org/sgp/crs/row/IN10672.pdf>, Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017

[Independent, These Six Elections are Set to Change Europe Forever, 01.12.2016,](#)

<http://www.independent.co.uk/voices/italian-referendum-french-presidential-election-german-election-european-union-europe-euro-change-a7449266.html> Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017.

İKV, Türkiye ile Hollanda Arasında Yaşanan Krize İlişkin Bilgi Notu, http://www.ikv.org.tr/ikv.asp?ust_id=99&id=1817&anahtar=hollanda Erişim Tarihi: 31 Temmuz 2017.

CIA, The World Factbook: Netherlands

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/nl.html> Erişim Tarihi: 29 Temmuz 2017.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri,

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html> Erişim Tarihi: 20 Haziran 2017.

Türkiye Cumhuriyeti Dışişleri Bakanlığı, Hollanda'nın Ekonomisi,

<http://www.mfa.gov.tr/hollanda-ekonomisi.tr.mfa> Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2017.

Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, Dış Ticaret: Hollanda,

https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/disIliskiler/ulkeler/ulke-detay/Hollanda/html-viewer-ulkeler;jsessionid=h5vOC6KZZImfY8isRjbnUMdGiyMVFgCkDeQI90eIb7yesOgaKVHn!1166579369?contentId=UCM%23dDocName%3AEK-160154&contentTitle=D%C4%B1%C5%9F%20Ticaret&_afLoop=1643643655962691&_afWindowMode=0&_afWindowId=null&_adf.ctrl-state=kzcb8abw4_1#!%40%40%3F_afWindowId%3Dnull%26_afLoop%3D1643643655962691%26contentId%3DUCM%2523dDocName%253AEK-160154%26contentTitle%3DD%25C4%25B1%25C5%259F%2BTicaret%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3Dkzcb8abw4_5 Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2017.

Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı, Türkiye ile Ticaret: Hollanda,

https://www.ekonomi.gov.tr/portal/faces/home/disIliskiler/ulkeler/ulke-detay/Hollanda/html-viewer-ulkeler;jsessionid=5r6-W0AOFTGK_VkE4utRL1j473QiBSrIpRtAfreOIGzbOL6b3DRL!-120914300?contentId=UCM%23dDocName%3AEK-160156&contentTitle=T%C3%BCrkiye%20ile%20Ticaret&_afLoop=1380416692758095&_afWindowMode=0&_afWindowId=null&_adf.ctrl-state=n96c5c3b4_1#!%40%40%3F_afWindowId%3Dnull%26_afLoop%3D1380416692758095%26contentId%3DUCM%2523dDocName%253AEK-160156%26contentTitle%3DT%25C3%25BCrkiye%2Bile%2BTicaret%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3Dn96c5c3b4_5 Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2017.

World Bank, Gross Domestic Product 2016,

databank.worldbank.org/data/download/GDP.pdf Erişim Tarihi: 29 Temmuz 2017.

---, Parties and Elections in Europe,

<http://www.parties-and-elections.eu/> Erişim Tarihi: 2 Ağustos 2017

Anlaşmalar:

Türkiye ile Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) Arasında Ortaklık Yaratan Anlaşma, 12 Eylül 1963.

Türkiye Cumhuriyeti ile Felemenk Kraliyeti Arasında Muhadenet Muahedenamesi, 16/8/1340 (1924).

Türkiye-Hollanda İlişkilerinin Güçlendirilmesi ve Türkiye - Hollanda Konferansı Kurulmasına İlişkin Mutabakat Muhtırası, 26 Mart 2008.

KIŞ TURİZMİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ KAPSAMINDA SEYAHAT ACENTASI YÖNETİCİLERİNİN BAKIŞ AÇISI: KAYSERİ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Ahmet GÜRBÜZ
Karabük Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
agurbuz@karabuk.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Nurettin AYZAZ
Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi
nurettinayaz@karabuk.edu.tr

Ömer Ceyhun APAK
Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
ceyhun.apak@hotmail.com

Özet

Alternatif turizm kapsamında kış turizmi; doğayı tanıma, doğada bulunma ve macera yaşamak amaçlı ziyaretçilerin tercih ettiği bir turizm türüdür. Turizmden elde edilen soyut ve somut kazançları artırmak için potansiyele sahip yörelerin turizme kazandırılması ve mevcut kış turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Bu araştırma ile, hâlihazırda önemli bir kış turizm destinasyonu olan Kayseri ilindeki seyahat acentaları yöneticilerinin, kış turizminin sürdürülebilirliği konusunda algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda 80 acenta yöneticisine anket uygulanmıştır. Yöneticilerin, sürdürülebilirliğin sağlanmasında çevrenin korunmasına önem verdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik algısı, kış turizmi, Kayseri.

THE SUSTAINABILITY OF WINTER TOURISM IN PERSPECTIVE OF TRAVEL AGENT MANAGERS: THE CASE OF KAYSERİ

Abstract

In the scope of alternative tourism which winter tourism; it is a tourism type, visitors purposefully prefer for exploring the nature, being in the nature and having adventures in the nature. To increase the abstract and concrete incomes, the potential regions should be reintegrated into tourism and the available destinations of winter tourism should made sustainable. The purpose of this study is to survey the perspectives of travel agent managers in Kayseri, which is currently an important winter tourism destination, about the the sustainability of winter tourism. In accordance with this purpose 80 travel agent managers are conducted a questionnaire. It is established that the managers place importance on the protection of the environment for the sustainability of winter tourism.

Key Words: Sustainability perception, winter tourism, Kayseri.

1. GİRİŞ

İhtiyaç ve isteklerden daha fazlasını tüketme arzusu; insanların doğal ortamdaki madenleri, fosil yakıtları ve doğal kaynakları aşırı derecede kullanılmasına, kentsel nüfusun hızla artmasına, altyapı alanlarının tarımsal alanları yok etmesine, tarımsal ilaçlar ve gübrelerle toprağın doğal yapısının bozulmasına neden olmuştur. Bu durumun sonucu olarak gıda üretiminin azalması gibi nedenler yeryüzündeki çevresel baskıyı ve ekolojik sürecin bozulmasını artırmaktadır. Bu nedenle önemli bir sektör olan turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması gerekmektedir (Alagöz, Güneş ve Uslu, 2015; Akşit, 2007).

Turizm sektörü açısından önem arz eden sürdürülebilirlik konusu; “gelecekteki fırsatların korunup geliştirilmesi ve günümüzde de turistlerin ve onlara ev sahipliği yapan ülkelerin ihtiyaçlarının karşılanması” bağlamında kalkınma ve gelişime olan eğilimi artırmaktadır (Baykal ve Çetin, 2012; Niedziolka, 2012). Bununla birlikte, bir bölgede sürdürülebilirlik kavramından bahsedilebilmesi için kırılğan yapıda olan doğal ve kültürel etkenlerin (doğa, iklim, kültür vb.) geliştirilerek nesilden nesile

aktarımının sağlanması gerekmektedir (Avcıkurt ve Demirbulat, 2016). Bu süreçte turizmin olumlu etkilerini artırmak ve olumsuz etkilerini en az seviyeye düşürmek için sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi önem arz etmektedir. Sürdürülebilirlik anlayışı kapsamında alternatif turizm türleri arasında kış turizmi de yer almaktadır.

Türkiye, Alp-Himalaya kuşağı üzerindeki konumu itibarıyla yükseltisi ve iklimi bakımından kış turizmine en uygun ülkelerden bir tanesidir. Bölgesellik ve mevsimsellik sorunlarını azaltmada rekabetçi bir konum oluşturması, kış turizmi paydaşları için ekonomik açıdan katkı sağlayabilecek birçok avantaja sahip ülkelerden bir tanesi olup, kış turizmine yönelik bilimsel çalışmalar önem arz etmektedir (Ayaz ve Apak, 2016).

Seyahat acentası yöneticilerinin kış turizminin sürdürülebilirliğine yönelik algılarının ortaya çıkarılmasını amaçlayan bu araştırma ile Türkiye’de kış turizminin gelişimine katkı sağlamak, kış turizm işletmelerine yol göstermek ve acenta yöneticilerinin sürdürülebilirlik algılarını belirlemek hedeflenmektedir. Ayrıca, araştırmanın önemli bir kış turizm merkezi olan Kayseri ili Erciyes Kayak Merkezi’ne yönelik olması, bölge turizmi için önem arz etmektedir. Bunun yanında seyahat acentaları ve kış turizmi açısından literatür zenginliği oluşturabileceği düşünülmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Gelişen teknoloji, sanayileşme ve nüfusun artmasının sonucu olarak sınırlı hale gelen kaynaklar, doğal çevrenin korunması ihtiyacını artırmakta ve sürdürülebilirlik kavramının daha fazla araştırılmasına neden olmaktadır. Özellikle turizm gibi kırılgan sektörler için destinasyonlarında çekiciliğin uzun süre devam etmesi adına çevresel olarak sürdürülebilirliğin büyüme ve çevre korunması arasında dengeyi sağlaması, kaynakların sadece geleceğe aktarılması değil de bugün de etkin kullanılarak maksimum tatminin sağlanması ile mümkün olabileceği öngörülmektedir (Gössling, 1999; Cernat ve Gourdon, 2007).

Sürdürülebilir turizm; turizmde kullanılan kaynaklara duyarlı bir uygulama ve politika felsefesi (Kozak ve Bahçe, 2009) olup, üzerinde durduğu ilkeler; ekonomik, doğal, kültürel ve toplumsal farklılıkların korunması, piyasalarda oluşan değişikliğe uyum sağlanması, turizm gelişiminin ekonomiye, topluma ve çevreye etkisinin değerlendirilmesi ve yerel kaynakların sürdürülebilir kullanımınıdır. İnsanların doğal çevre ve kaynaklar üzerine olumsuz etkisini en aza indirmeyi, turizm bölgesinde yaşayanların ekonomik refahını en yükseğe çıkarmak temel amaçtır (Salah, 2000; Spenceley, 2005; Ayaş, 2007; Aall, 2014).

Kitle turizmine dayalı bir şekilde devam eden seyahatler, kaynakların bilinçsiz ve plansız olarak kullanılmasına ve çevre üzerinde olumsuz etkilere yol açmasına sebep olmaktadır. Özellikle yerel yönetimlerin bu duruma duyarsız kalarak doğal, tarihi, sosyokültürel kaynakları biçimlendirerek korumak yerine daha çok tüketim odaklı pazar politikasına yönelmeleri bu süreci hızlandırmaktadır. Bununla birlikte turizmde sürdürülebilirliği sağlamak ve çevreye karşı daha duyarlı olmak için son dönemlerde alternatif turizm türlerinin benimsenmesi, geliştirilmesi ve koruyucu önlemlerin alınması önerilmektedir (Ayaz, 2015; Altanlar ve Kesim, 2011). Bu süreçte doğa tatileleri, alışveriş, kayak, atlı doğa gezileri, macera, rafting, yürüyüş, tırmanış, termal turizm, avcılık, balıkçılık, sanat, tarih ve etnik yapıların yanı sıra doğa ile bütünleştirilebilecek alternatif turizm türlerinden biri de kış turizmi olarak nitelendirilmektedir (Çeken, Dalgın ve Çakır, 2012, s.12; Demiroğlu, 2014).

Kış turizmi, mevsimsellik sorununun aşılması durumunda turist çekme ve iş gücü kapasitesini artırarak, turizmin 12 aya yayılmasında belirleyici bir alternatif turizm türü olup sadece belli aylardan elde edilen gelirin yanı sıra tüm yıl sürekliliğin sağlanması durumunda ekonomide etkisini daha fazla hissettirebilir (Türkdoğan, 2010, s.14). Özellikle Türkiye gibi %55’lik bölümü Alp-Himalaya Sıradağları üzerinde bulunan ülkeler için 1500-3000 metre yükseltisi bulunan alanlar; doğa yürüyüşleri, tırmanma, dağcılık, doğa sporları ve kış turizminin öne çıkarılması için bir potansiyel oluşturmaktadır (İncekara, 2001, s.118).

Türkiye, turizm sektörünü tüm yıla yayma çalışmaları kapsamında son yıllarda kış turizmine yönelmiş, 2004 yılı içerisinde Aralık-Ocak-Şubat aylarındaki 2.7 milyon ziyaretçi sayısını, 2014 yılı itibarıyla

4.8 milyon kişiye çıkarma başarısı göstermiştir. Bu durum kış turizminin her geçen gün daha da geliştiğinin en somut göstergesidir. Ayrıca, Kültür ve Turizm Bakanlığı'na işletme belgeli kayak merkezi sayısı 28 (9 bin 549 yatak kapasitesi), farklı idareler tarafından kayak merkezi olarak belirlenen ya da hedef gösterilen alanların sayısı 33 olmak üzere toplam kayak merkezi sayısını 51'e yükseltmesi de kış turizmi açısından oldukça önemlidir. Özellikle, Turizm İşletme Belgesi'ne sahip yatak kapasitesinin 78.645 ulaştırma, 2026'da yapılacak Kış Olimpiyatları'na talip olunması kış turizmi adına önemli gelişmelerdir. Kış aylarında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin önemli bir kısmı kültür turizmi kapsamında giriş yapsa da kış sporlarını da içeren kayak merkezlerini ziyaret eder hale gelmesi ve sömestr tatilinde yerli turistlerin de kayak merkezlerine akın etmesi, son yıllarda kış turizminin geliştiğinin en somut göstergesidir (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TURSAB], 2014).

Türkiye'de önemli 28 kış turizm merkezinden bir tanesi de son yıllarda adını sıkça duyurmaya başlayan Erciyes Dağı Kış Sporları Turizm Merkezi'dir. 1989 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla turizm merkezi ilan edilen Erciyes kış sporları merkezi Orta Anadolu'nun en yüksek dağlarından ve sönmüş bir volkan olan Erciyes Dağı Kayseri ilinin 25 kilometre güneyinde bulunmaktadır. Erciyes Dağının doğu ve kuzeybatı yamaçlarında bulunan tesisleri, kayak mevsiminin uzunluğu, kar kalitesi, pist uzunluğu ve eğim koşullarının elverişliliğiyle çeşitli disiplinlerde kayak yapma imkânı sunmasıyla, kış turizminde öne çıkan unsurları oluşturmaktadır (Türkdoğan, 2010, s.84). Kayseri şehir merkezine 25 km uzaklıkta olan Erciyes Dağı, yüksekliği 1800-3000 metre aralığında kayak pistlerine sahiptir. 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 (Doğanay, 2001, s.106).

Kış turizmi Türkiye'de popüler bir turizm çeşidi olarak yaygınlaşmaktadır. Özellikle sayıca artan yeni kayak merkezleri, turistler tarafından tercih edilmektedir. Bu bağlamda kış turizm destinasyonlarına ulaşımı sağlamada büyük etken olan seyahat acentaları açısından bakıldığında kış turizminin sürdürülebilirliğinin sağlanması için bazı faaliyetleri (ulusal veya uluslararası düzeyde sosyal ve çevresel konularla ilişkili kuruluşları, birlikleri ve sivil kuruluşları desteklemeli ve onlara çevrenin korunması hakkında bilgi vermeli, uzun vadede temel değerlerden sapmadan kış turizm faaliyetlerini devam ettirmeli, çevre konusunda birlikte çalıştığı kişi veya kurumların yardımıyla yerli halkı ve işletmeleri çevre bilincinin oluşması gerekliliği konusunda eğitmeli, yolcularının çevresel ve sosyal eğitimleri aracılığıyla farklılık oluşturmalı) yerine getirmesi gerekmektedir (Kahraman ve Türkay, 2012). Bununla birlikte kış turizmi ve sürdürülebilirliği bağlamında bilimsel araştırmaların sayıca artış göstermesi önem arz etmektedir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada, Türkiye'deki kış turizm merkezleri içerisinde önemli destinasyon olan Erciyes Kayak Merkezi'nde (Kayseri il merkezine 25 km uzaklıkta ve 1800 ile 3000 metre yükseklikleri arasındaki Erciyes dağı; 19 Nisan 1989 tarih ve 20144 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 23 Mart 1989 tarih ve 89/13900 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile uluslararası kayak merkezi olarak ilan edilmiştir.) turistlerin seyahat etmelerini sağlayan acenta yöneticilerinin kış turizminin sürdürülebilirliği hakkındaki algılarının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bununla birlikte seyahat acentası yöneticilerinin kış turizminin sürdürülebilirliği hakkındaki düşüncelerine yönelik araştırma kapsamında şu sorular incelenmektedir:

- Yöneticilerin cinsiyeti ile kış turizminin sürdürülebilirlik algısı arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Yöneticilerin medeni durumu ile kış turizminin sürdürülebilirlik algısı arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?
- Yöneticilerin eğitim durumu ile kış turizminin sürdürülebilirlik algısı arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

- Yöneticilerin mesleki deneyimi ile kış turizminin sürdürülebilirlik algısı arasında anlamlı bir farklılık var mıdır?

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni; Kayseri’de Nisan 2017 itibariyle faaliyetlerini devam ettiren 80 A grubu seyahat acentası (TURSAB, 2017) bulunmaktadır. Bu kapsamda araştırma evreni 160 (80x2) yönetici olarak belirlenmiştir. Araştırmada katlanılabilir hata oranı %5 olmak üzere örneklem sayısı 100 yönetici olarak belirlenmiştir. Araştırma Kayseri’de seyahat acentalarında yönetici pozisyonunda görev yapmakta olan 80 yönetici üzerinden gerçekleştirilmiştir.

3.2. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırma, Kayseri ilinde faaliyet gösteren seyahat acentaları yöneticilerinin görüşleriyle ve yöneticilerin kış turizminin sürdürülebilirliğine yönelik algılarının Nisan-Haziran 2017 döneminde uygulanan ölçme aracına verdikleri cevaplar ile sınırlıdır.

3.3. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada elde edilen veriler iki aşamada değerlendirilmiştir. İlk aşama; literatür taraması yapılarak benzer çalışmalardaki ikincil veriler ile kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. İkinci aşama ise; araştırmanın uygulama bölümü kapsamında seyahat acentası yöneticilerinin kış turizminin sürdürülebilirliğine yönelik algılarını ölçmek için anket yöntemi kullanılmıştır. Anket ölçeğinin geliştirilmesi sürecinde Alagöz vd. (2015), Avcıkurt ve Demirbulat (2016) ve Zhu, Liu, Wei, Li ve Wang (2017) araştırmalarından yararlanılmıştır. Veri toplamak için hazırlanan anket, yüz yüze görüşme yöntemi ile anketörler tarafından doldurulmuştur. Nisan ve Haziran 2017 döneminde gerçekleştirilen çalışmada 80 anketten veri elde edilmiştir.

Anket kapsamında seyahat acentası yöneticilerinin demografik özellikleri (cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, mesleki deneyim, yaş, aylık gelir, turizm eğitimi alma durumu) ile ilgili bilgilerin tespitine yönelik sorular yer almıştır. Acenta yöneticilerinin kış turizmi sürdürülebilirliği algılarını belirlemek için 28 soruya yer verilmiştir. Kış turizmi sürdürülebilirliği algılarının belirlenmesine yönelik ölçekte 5’li Likert (hiç katılmıyorum, katılmıyorum, orta düzeyde katılıyorum, katılıyorum, tamamen katılıyorum) kullanılarak araştırma yürütülmüştür. Tüm veriler için frekans analizi yapılmasının yanı sıra kış turizminin sürdürülebilirliği katılımcıların olumlu veya olumsuz görüşlerini ölçebilmek için likertli ifadelerin aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları değerlendirmeye alınarak yorumlanmıştır. Bunun yanında geliştirilen araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla “Kruskall-Wallis H” ve “Man-Whitney U” testleri kullanılmıştır. 28 maddeden oluşan ölçeğin Cronbach Alpha Güvenilirlik Katsayısı ($\alpha = 0,84$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuçla anket sorularının güvenilirliğinin yüksek olduğunu söylemek mümkündür.

4. BULGULAR

Kayseri’de faaliyetini devam ettirmekte olan seyahat acentası yöneticilerinin demografik özelliklerine (cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, mesleki deneyim, yaş, aylık gelir, turizm eğitimi alma durumu) ilişkin yüzde ve frekans dağılımları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1: Seyahat Acentaları Yöneticileri Demografik Bilgileri (n=80)

Değişkenler	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Erkek	67	83,8
	Kadın	13	16,3
Medeni Durum	Evli	46	57,5
	Bekâr	34	42,5

	Ortaöğretim	7	8,8
	Ön lisans	28	35,0
	Lisans	36	45,0
Eğitim Durumu	Lisansüstü	9	11,3
	1 yıl ve daha az	9	11,3
	2-6 yıl	36	45,3
	7-11 yıl	14	17,5
	11-15 yıl	15	18,8
Mesleki Deneyim	16 yıl ve üzeri	6	7,5
	20 yaş ve altı	5	6,3
	21-30 yaş	35	43,8
	31-40 yaş	23	28,7
Yaş	41 yaş ve üzeri	17	21,3
	1500 TL ve altı	10	12,5
	1501-2500 TL	30	37,5
	2501-3500 TL	29	36,3
	3501-4500 TL	5	6,3
Aylık Gelir	4501 TL ve üzeri	6	7,5
	Evet	32	40,0
Turizm Eğitimi Alma Durumu	Hayır	48	60,0

Katılımcıların %83,8'i erkek, %16,3'ü ise kadınlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Yöneticilerin medeni durumları bağlamında %57,5 evli, %42,5 ise bekar oranındadır. Eğitim durumu dağılımları incelendiğinde %45,0 ile lisans düzeyinde eğitim durumunun ön plana çıktığı gözlenmiştir. Katılımcıların mesleki deneyiminde %45,3 ile 2-6 yıl aralığı öne çıkan değerler arasındadır. Yöneticilerin yaş dağılımlarına bakıldığında %43,8 ile 21-30 yaş aralığı öne çıkmıştır. Turizm eğitimi alıp almadıkları incelendiğinde %40,0 ile turizm eğitimi aldıkları, %60,0 ile turizm eğitimi almadıkları ortaya çıkmıştır.

Tablo 2: Yöneticilerin Kış Turizminin Sürdürülebilirliğine Yönelik Anket Yargılarına Verdikleri Cevapların Değerlendirmesi

Yargılar	M	SD
Kış turizminin gelişimi yöre toplumunun tüm kurumlarında çevre bilincini artırır.	2,91	1,160
Kış turizmi bölgenin gelişmesi için gerekli olan fonlara katkıda bulunur.	3,35	1,159
Kış turizminden sağlanan gelir halkın geniş kitlelerine dağılır.	3,49	0,968
Bölgedeki turizm hareketleri yöresel ürünler için yeni pazarlar yaratır.	3,50	1,125

Kayseri'nin kış turizmi amaçlı daha fazla turist çekmesini isterim.	3,54	1,030
Kış turizm paydaşları turistlerin memnuniyetini takip eder.	3,55	1,078
Toplum bireyleri kış turizmi planlamasında liderlik yapmak için teşvik edilir.	3,55	1,168
Kış turizmi planlama ve geliştirme girişimlerinde işbirliği yapmayı isterim.	3,58	1,134
Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.	3,61	1,288
Kayseri'de kış turizminin gelişimini desteklerim.	3,64	0,984
Kış turizmi gelişiminin başarılı olması için toplumdaki her kesimin söz sahibi olması gerekir.	3,64	0,903
Turizm işletmeleri çalıştıracağı personeli Kayseri ve çevresinden karşılar.	3,66	1,018
Kış turizmde tüketilen mal ve hizmetler bölgedeki üretimle karşılanır.	3,66	1,006
Kış turizmi işletmeleri turistlerin memnuniyetini dikkate alır.	3,66	1,147
Doğal çevrenin çekici olması turistler için önemlidir.	3,69	1,154
Kayseri'de kış turizmi kalkınma planları sürekli geliştirilir.	3,72	1,031
Turistlerin olumlu izlenimlerini arttırabilmek için belediye yatırım yapar.	3,75	0,948
Yerel yönetim (belediye, muhtarlık) turist memnuniyetini takip eder.	3,83	0,911
Kış turizmi yerel ekonomiyi çeşitlendirmektedir.	3,89	1,125
Kış turizmi bölge ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır.	3,91	1,070
Kış turizmi bölge ekonomisi için yararlıdır.	3,93	0,991
Kış turizmi ile ilgili plan ve projelere katılırım.	3,95	1,005
Kayseri'de kış turizmi gelişiminin iyi planlandığına inanıyorum.	3,99	1,164
Kış turizmi ile doğal çevre hem bugün hem de gelecekte korunur.	4,06	1,106
Kış turizmi yaban hayatını ve doğal yaşamı her zaman korur.	4,06	0,985
Başarılı bir kış turizm yönetimi için ileri düzeyde planlama yapılması gerekir.	4,06	0,946
Kış turizmi bölgeye yeni gelir kaynağı oluşturmaktadır.	4,10	1,091
Kış turizminin gelişimi için doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve korunmalıdır.	4,14	0,838

Yöneticilerin kış turizmi sürdürülebilirliğine yönelik algıları kapsamında hazırlanan 5'li likert ölçeğinde sorulan 28 ifadeye katılıp katılmadıkları konusunda değerlendirme yapmaları istenmiştir. Tablo 2'de, yöneticilere yöneltilen ifadelere katılım dereceleri ve ortalamaları dikkate alınarak hazırlanmıştır.

Ortalamalardan en yüksek olan önerme 4,14 ortalama ile "Kış turizminin gelişimi için doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve korunmalıdır." olmuştur. Ardından ikinci sıradaki ifade ise 4,10 ortalama ile "Kış turizmi bölgeye yeni gelir kaynağı oluşturmaktadır." olarak betimlenmiştir.

Ortalaması en düşük olan ifade 2,91 ortalama ile "Kış turizminin gelişimi yöre toplumunun tüm kurumlarında çevre bilincini artırır." olarak ön plana çıkmıştır. Ayrıca bunun yanı sıra 3,35 ortalama ile "Kış turizmi bölgenin gelişmesi için gerekli olan fonlara katkıda bulunur." ve 3,49 ortalama ile "Kış turizminden sağlanan gelir halkın geniş kitlelerine dağılır." ifadeleri düşük ortalamaya sahip olarak gözlemlenmiştir. Bununla birlikte acenta yöneticilerinin kış turizmi sürdürülebilirliği hakkında olumlu düşüncelere sahip olduklarını söylemek mümkündür.

Tablo 3'te medeni duruma göre seyahat acentası yöneticilerinin kış turizmi sürdürülebilirliği algılarına ilişkin Man-Whitney U analizi kapsamında "Toplum bireyleri kış turizmi planlamasında liderlik yapmak için teşvik edilir." ($p=0,02$, $p<0,05$), "Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır." ($p=0,02$, $p<0,05$), "Doğal çevrenin çekici olması turistler için önemlidir." ($p=0,03$, $p<0,05$) ve "Kış turizmi işletmeleri turistlerin memnuniyetini dikkate alır." ($p=0,00$, $p<0,05$) ifadelerinde anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir.

Tablo 3: Yöneticilerin Medeni Durumuna Göre Kış Turizmi Sürdürülebilirliği Algılarına İlişkin Man-Whitney U Testi

	Medeni Durum	N	Mean Rank	Sum of Ranks	Man-Whitney U		
					Wilcoxon W	Z	P
Toplum bireyleri kış turizmi planlamasında liderlik yapmak için teşvik edilir.	Evli	46	45,46	2091,00	1149,000	-2,312	0,02*
	Bekar	34	33,79	1149,00			
Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.	Evli	46	45,23	2080,50	1159,500	-2,211	0,02*
	Bekar	34	34,10	1159,50			
Doğal çevrenin çekici olması turistler için önemlidir.	Evli	46	45,07	2073,00	1167,000	-2,127	0,03*
	Bekar	34	34,32	1167,00			
Kış turizmi işletmeleri turistlerin memnuniyetini dikkate alır.	Evli	46	47,07	2165,00	1075,000	-3,047	0,00*
	Bekar	34	31,62	1075,00			

(p<0,05)**Tablo 4:** Yöneticilerin Cinsiyetlerine Göre Kış Turizmi Sürdürülebilirliği Algılarına İlişkin Man-Whitney U Testi

	Cinsiyet	N	Mean Rank	Sum of Ranks	Man-Whitney U		
					Wilcoxon W	Z	P
Toplum bireyleri kış turizmi planlamasında liderlik yapmak için teşvik edilir.	Erkek	67	39,19	2625,50	2625,500	-1,196	0,23
	Kadın	13	47,27	614,50			
Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.	Erkek	67	39,63	2655,00	2655,000	-0,797	0,42
	Kadın	13	45,00	585,00			
Doğal çevrenin çekici olması turistler için önemlidir.	Erkek	67	40,28	2698,50	2698,500	-0,204	0,83
	Kadın	13	41,65	541,50			
Kış turizmi işletmeleri turistlerin memnuniyetini dikkate alır.	Erkek	67	41,41	2774,50	465,500	-0,825	0,41
	Kadın	13	35,81	465,50			

(p<0,05)

Seyahat acentası yöneticilerinin cinsiyet durumuna göre “Toplum bireyleri kış turizmi planlamasında liderlik yapmak için teşvik edilir.”, “Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.”, “Doğal çevrenin çekici olması turistler için önemlidir.” ve “Kış turizmi işletmeleri turistlerin memnuniyetini dikkate alır.” ifadelerinde anlamlı farklılıklar (Tablo 4) bulunmadığı saptanmıştır.

Tablo 5: Yöneticilerin Eğitim Durumuna Göre Kış Turizmi Sürdürülebilirliği Algılarına İlişkin Kruskall-Wallis H Testi

	Eğitim Durumu	N	Mean Rank	Kruskall-Wallis H		
				Ki Kare	Z	P
Kış turizmi bölgenin gelişmesi için gerekli olan fonlara katkıda bulunur.	Ortaöğretim	7	23,93	11,488	3	0,00*
	Önlisans	28	41,39			
	Lisans	36	37,99			
	Lisansüstü	9	60,67			
Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.	Ortaöğretim	7	58,14	13,392	3	0,00*
	Önlisans	28	48,34			
	Lisans	36	33,68			
	Lisansüstü	9	29,67			
Turistlerin olumlu izlenimlerini artırabilmek için belediye yatırım yapar.	Ortaöğretim	7	43,29	8,813	3	0,03*
	Önlisans	28	47,96			
	Lisans	36	38,26			
	Lisansüstü	9	24,06			
Kayseri'nin kış turizm amaçlı daha fazla turist çekmesini isterim.	Ortaöğretim	7	33,79	8,228	3	0,04*
	Önlisans	28	50,20			
	Lisans	36	35,53			
	Lisansüstü	9	35,44			

(p<0,05)

Tablo 6: Yöneticilerin Mesleki Deneyimine Göre Kış Turizmi Sürdürülebilirliği Algılarına İlişkin Kruskall-Wallis H Testi

	Mesleki Deneyim	N	Mean Rank	Kruskall-Wallis H		
				Ki Kare	Z	P
Kış turizmi bölgenin gelişmesi için gerekli olan fonlara katkıda bulunur.	1 yıl ve daha az	9	37,00	2,263	4	0,68
	2-6 yıl	36	43,92			
	7-11 yıl	14	39,54			
	12-16 yıl	15	34,33			

	17 yıl ve üzeri	6	42,92			
Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.	1 yıl ve daha az	9	32,56			
	2-6 yıl	36	44,46			
	7-11 yıl	14	41,54	3,198	4	0,52
	12-16 yıl	15	35,13			
	17 yıl ve üzeri	6	39,67			
Turistlerin olumlu izlenimlerini artırabilmek için belediye yatırım yapar.	1 yıl ve daha az	9	31,89			
	2-6 yıl	36	40,85			
	7-11 yıl	14	42,79	1,887	4	0,75
	12-16 yıl	15	40,63			
	17 yıl ve üzeri	6	45,67			
Kayseri'nin kış turizm amaçlı daha fazla turist çekmesini isterim.	1 yıl ve daha az	9	45,33			
	2-6 yıl	36	37,65			
	7-11 yıl	14	41,50	1,285	4	0,86
	12-16 yıl	15	43,30			
	17 yıl ve üzeri	6	41,00			

(p<0,05)

Tablo 5'te yöneticilerin kış turizminin sürdürülebilirliği ile ilgili algılarına yönelik eğitim düzeylerine göre farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla Kruskal-Wallis H testi yapılmıştır. Bu kapsamda “Kış turizmi bölgenin gelişmesi için gerekli olan fonlara katkıda bulunur.” (p=0,00, p<0,05), “Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.” (p=0,00, p<0,05), “Turistlerin olumlu izlenimlerini artırabilmek için belediye yatırım yapar.” (p=0,03, p<0,05) ve “Kayseri'nin kış turizm amaçlı daha fazla turist çekmesini isterim.” (p=0,04, p<0,05) ifadelerinde eğitim durumuna farklılıklar saptanmıştır.

“Kış turizmi bölgenin gelişmesi için gerekli olan fonlara katkıda bulunur.” ifadesini eğitimi lisansüstü olan yöneticilerin ortaöğretim ve lisans eğitimi olan yöneticilere göre farklı algıladıkları tespit edilmiştir. “Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.” ifadesini ortaöğretim eğitimi yöneticiler lisansüstü eğitimi yöneticilere göre farklı algılamaktadırlar. “Turistlerin olumlu izlenimlerini artırabilmek için belediye yatırım yapar.” ifadesinde ön lisans ve lisansüstü eğitimi olan yöneticiler arasında farklılık olduğu saptanmıştır. “Kayseri'nin kış turizm amaçlı daha fazla turist çekmesini isterim.” ifadesinde ön lisans ve ortaöğretim eğitimi olan yöneticilerin algılarında farklılıklar olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Seyahat acentası yöneticilerinin mesleki deneyimine göre “Kış turizmi bölgenin gelişmesi için gerekli olan fonlara katkıda bulunur.”, “Kış turizmi her zaman toplumun değer yargılarını dikkate alır.”, “Turistlerin olumlu izlenimlerini artırabilmek için belediye yatırım yapar.” ve “Kayseri'nin kış turizm amaçlı daha fazla turist çekmesini isterim.” ifadelerinde anlamlı farklılıklar (Tablo 6) bulunmadığı gözlenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bir bölgede doğal güzellikler, tarihsel olgular, gelenek ve görenekler o bölgenin ana kaynakları olarak gösterilebilmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde ekonomik kaygılar üzerine planlanan turizm gelişiminde sosyal, kültürel, doğal kaynaklar göz ardı edildiği için yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Sürdürülebilir turizm gelişimi sağlamak ve çevreyi korumak için yapılan yatırımların başında gerekli önlemlerin alınmasını sağlamak gereklidir.

Türkiye’de turizmin ülke çapında yaygınlaşması ve yeni turizm merkezleri açılması alternatif turizm türlerinin önemini artırmaktadır. Alternatif turizm türlerinin gün geçtikçe artması, yeni alanların turizme açılması ve el değmemiş kaynakların tüketilme tehlikesiyle gündeme gelmesi sürdürülebilirliğin önemli bir kavram olduğunu karşımıza çıkarmaktadır (Temizkan ve Yıldırım, 2014). Bir bölgede veya destinasyonda sürdürülebilirlikten bahsedebilmek için kaynakların denetiminin ve yönetiminin iyi yapılması gerekmektedir. Bu sayede ihtiyaçlar karşılanırken kaynakların korunması da sağlanabilmektedir (Mercan ve Özkök, 2013).

Bu araştırma turizm literatürüne yöneticiler perspektifinden kış turizminin sürdürülebilirliğinin nasıl algılandığının belirlenmesine yönelik olarak yapılmıştır. Bu amaçla birlikte önemli bir kış turizm destinasyonu olan Kayseri’deki seyahat acentası yöneticilerinin kış turizminin sürdürülebilirliği konusunda algıları ölçülmüştür.

Araştırma bulgularına göre yöneticilerin kış turizmi sürdürülebilirliği hakkında olumlu düşüncelere sahip olduğu ve bunun yanında doğal çevrenin korunması, sürdürülebilirlikle ilgili yapılması muhtemel plan ve projelere katılımda gönüllülük ön plana çıkmaktadır. Ayrıca kış turizmi sayesinde elde edilen ekonomik fayda öne çıkarken, çevre bilincinin ve doğal alanların korunması noktasında henüz bir takım eksikliklerin olduğu gözlenmiştir.

Seyahat acentası yöneticilerinin kış turizmi sürdürülebilirliğine yönelik algılarının medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Man-Whitney U Testi sonuçları kapsamında toplum bireylerinin kış turizmi planlaması için teşvik edilmesi, kış turizminin toplum değerlerini dikkate alması, doğal çevrenin çekiciliğinin önemi ve işletmelerin turist memnuniyetini dikkate alması gibi ifadelerde yöneticilerin düşüncelerinde farklılık olduğu gözlenmiştir. Yöneticilerin cinsiyet durumuna göre ise herhangi bir farklılığın olmadığı ortaya çıkmıştır.

Kış turizminin sürdürülebilirliğine yönelik algıların, yöneticilerin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Kruskal-Wallis H Testi uygulanmıştır. Bu kapsamda kış turizminin bölgesel gelişmeye katkı sağlaması, kış turizminin toplum değerlerini dikkate alması, turistler açısından olumlu izlenimleri artırabilmek adına belediyelerin yatırım yapması ve kış turizm amaçlı bölgesel çekim gücünün artması yönünde ifadelerde anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Bununla birlikte yöneticilerin mesleki deneyimlerine göre Kruskal-Wallis H Testi sonucunda herhangi bir farklılığın olmadığı gözlemlenmiştir.

Seyahat acentalarının turistik bir destinasyona ulaşmada önemli etken olması nedeniyle acenta yöneticilerinin turizmin olumlu ve olumsuz etkilerini algılaması, bölgedeki turizmin gelişimi için önem arz etmektedir. Araştırma sonuçları kapsamında seyahat acentası yöneticilerinin sosyal ve politik olarak desteklenmeleri faydalı olacaktır. Sosyal ve politik desteklenme ile seyahat acentaları bir destinasyonun geleceğine yönelik hedeflerde, plan ve projelerde, yerel yönetimlerle, üniversitelerle ve sivil toplum kuruluşlarıyla ortak vizyon doğrultusunda hareket edebilirler. Ayrıca kış turizmi bağlamında halihazırda önemli bir destinasyon olan Kayseri Erciyes Kayak Merkezi’nin sürdürülebilirliğine katkı sağlayabilirler.

Bu çalışmada, seyahat acentası yöneticilerinin kış turizminin sürdürülebilirliğine ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla kavramsal bir yapı oluşturulmuştur. Bu bağlamda araştırmadan elde edilen bulguların geliştirilebilmesi adına benzer şekilde yapılacak çalışmalara yol gösterici olması düşünülerek yapılacak çalışmalarda araştırmacıların aşağıdaki hususları dikkate alması faydalı olabilecektir:

-Araştırmanın örneklem kitlesi seyahat acentası yöneticileri olarak belirlenmiştir. Bundan dolayı, araştırmadan elde edilen bulguların destinasyonda bulunan farklı paydaşlara (otel yöneticileri, turistik ürün satan işletme yöneticileri, yiyecek-içecek işletmeleri yöneticileri) uygulanması halinde değişiklik göstermesi muhtemeldir. Araştırma kapsamında geliştirilen ölçeğin önerilmekte olan yöneticilere yönelik araştırmalarda kullanılması yararlı olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Aall, C. (2014). Sustainable tourism in practice: promoting or perverting the quest for a sustainable development? *Journal of Sustainability*, 6(5), 2562-2583.
- Akşit, S. (2007). Doğal ortam duyarlılığı açısından sürdürülebilir turizm, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 441-460.
- Alagöz, G., Güneş, E. ve Uslu, A. (2015). Otel işletmeleri ve seyahat acentaları yöneticilerinin sürdürülebilir turizme bakış açısı: bir alan araştırması, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(14), 83-98.
- Altanlar, A. ve Kesim, G. A. (2011). Sürdürülebilir turizm planlaması için yöre halkı ve yerli turistlerin davranış ve beklentilerini anlamaya yönelik bir araştırma; Akçakoca örneği, *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 3(2), 1-20.
- Avcıkurt, C. ve Demirbulat, Ö. G. (2016). Turist rehberlerinin sürdürülebilir turizme bakış açısı, *Journal of Tourism Theory and Research*, 2(2), 173-191.
- Ayaş, N. (2007). Çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 59-69.
- Ayaz, N. (2015). Kırsal turizm geliştirme sürecinde belediye başkanlarının görüşleri üzerine bir araştırma, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, (1), 1-26.
- Ayaz, N. ve Apak, Ö. C. (2016). Kış turizmine katılan yerli turistlerin seyahat motivasyonları ve seyahat memnuniyetleri. A. Güncü, E. Güneş, G. Alagöz, M. Ç. Fırat, İ. E. Canbaba ve B. Başar (Ed.), *1. Ulusal Alternatif Turizm Kongresi* içinde (s.545-558). Erzincan: Erzincan Üniversitesi.
- Baykal, D. ve Çetin, Ö. (2012). Küreselleşme sürecinde Türkiye’de turizm ve rekabet edebilirlik. N. Kozak ve M. Yeşiltaş (Ed.), *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi* içinde (s.126-137). Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Demiroğlu, O. C. (2014). *Kış Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Cernat, L. ve Gourdon, J. (2007). Is the concept of sustainable tourism sustainable? In M. Mashayekhi (Ed.), *United Nations Conference on Trade and Development* (pp. 1-27). New York and Geneva.
- Çeken, H., Dalgın, T. ve Çakır, N. (2012). Bir alternatif turizm türü olarak kırsal turizmin gelişimini etkileyen faktörler ve kırsal turizmin etkileri, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 2(2), 11-16.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Gössling, S. (1999). Ecotourism: A means to safeguard biodiversity and ecosystem functions? *Ecological Economics*, (29), 303-320.
- İncekara, A. (2001). *Anadolu’da Yeni Turizm Olanakları ve Bölgesel Kalkınmadaki Yeri*, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2012). *Turizm ve Çevre*, 5. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. A. ve Bahçe, S. A. (2009). *Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mercan, Ş. O. ve Özkök, F. (2013). Sürdürülebilir turizmde yerel yönetimlerin önemi; Bozcaada örneği, *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 409-418.
- Niedziolka, I. (2012). Sustainable tourism development, *Regional Formation and Development Studies*, 3(8), 157-166.
- Salah, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry, *Journal of Travel Research*, 38, 239-255.
- Spenceley, A. (2005). Nature-based tourism and environmental sustainability in South Africa, *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2), 136-168.

- Temizkan, S. P. ve Yıldırım, G. (2014). Sürdürülebilir turizm kapsamında alan kılavuzluğu uygulaması: Kaçkar dağları milli parkı örneği, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(49), 124-149.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2014). *Kış Turizmi Raporu*. İstanbul.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği. (2017). Kayseri’de bulunan A grubu seyahat acentaları, <https://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama?search=1>, Erişim Tarihi: 20 Haziraz 2017.
- Türkdoğdu, 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.
- Zhu, H., Liu, J., Wei, Z., Li, W. ve Wang, L. (2017). Residents’ attitudes towards sustainable tourism development in a historical-cultural village: Influence of perceived impacts, sense of place and tourism development potential, *Journal of Sustainability*, 9(1), 2-15.

TÜRKİYE'DE TURİZM ve ENERJİ SEKTÖRÜ ETKİLEŞİMİNİN GİRDİ-ÇIKTI MODELİ İLE YAPISAL ANALİZİ

Doç. Dr. Gülden BÖLÜK
Akdeniz Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü
guldenboluk@akdeniz.edu.tr

Prof. Dr. Osman KARKACIER
Akdeniz Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü
okarkacier@akdeniz.edu.tr

Özet

Türkiye ekonomisinin kalkınmasında son yıllarda üzerinde durulan en önemli sektörlerden biri turizmdir. Gayri Safi Milli Hasılaya katkısının yanı sıra ödemeler dengesindeki açıkları dengeleyici etkisi nedeniyle, turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yerinin detaylı bir şekilde analiz edilmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada, turizm endüstrisinin Türkiye ekonomisindeki yeri, diğer sektörler ile olan ilişkileri input-output (girdi-çıkıtı) modeli ile değerlendirilmiştir. Turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yerinin belirlenmesi amacıyla, TÜİK tarafından en son yayınlanan 2012 Girdi-Çıkıtı tablolarından faydalanılmış ve turizm sektörünün, enerji sektörü ve diğer sektörler ile olan ilişkileri ortaya konmuştur. Analiz sonuçları, turizm endüstrisinin gıda imalatı, diğer hizmetler ve ticaret sektörleri ile yoğun mal ve hizmet alış verişi nedeniyle yüksek derecede entegre olduğunu göstermektedir. Turizm sektörü hem girdi satın alımında, hem de girdi sağladığı sektörler içerisinde tarım ve enerji sırasıyla dördüncü ve beşinci sırada yer almaktadır. Girdi-çıkıtı analizleri ayrıca, turizm sektörünün ülke ekonomisinde istihdam ve gelir yaratma potansiyelinin diğer sektörlere göre oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Bu nedenle işsizlikle mücadelede turizm sektörü ayrı bir öneme sahiptir.

Anahtar Kelimeler: Girdi-çıkıtı modeli, turizm, enerji, Türkiye.

Abstract

Tourism has been one of the most important sector in development of Turkish economy in recent years. The importance of tourism sector in Turkish economy should be analyzed in detail due to its contribution to Gross National Product and balancing effect in foreign trade deficits. In this study, relative importance of tourism industry in Turkish economy and the interrelationships between tourism industry and other sectors have been analyzed via input-output model. For this purpose, last version of input-output tables in 2012 published by TurkStat was used to evaluate the tourism industry and its interrelationships between energy and other sectors. Results of the analysis show that tourism industry is highly integrated with food manufacturing, other services and trade sectors due to close exchange of goods and services. Among the others, agriculture and energy rank fourth and fifth in supplying and demanding inputs to tourism sector. Moreover, results of input-output show that among the others tourism sector has relatively high potential in creating employment and income creation. Therefore, tourism sector deserves great importance in mitigation of unemployment in the country.

Key-words: Input-out model, tourism, energy, Turkey.

1. GİRİŞ

Turizm sektörü, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren en hızlı gelişen sektörlerden biri olarak hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için ekonomiye ciddi katkılar sağlayan önemli bir hizmet sektörü haline gelmiştir (TÜSİAD, 2012). Turizm ve seyahat (kısaca turizm) sektörü birçok ülkede önemli bir ekonomik faaliyettir. Doğrudan ekonomik katkılarının yanı sıra dolaylı etkileri de oldukça yüksektir. Dünya genelinde 2015 yılındaki turizm sektöründeki büyüme %2.8 olup, bu rakam küresel ekonomik büyümeyi (%2,3) geride bırakmıştır. Yine toplamda turizm sektörü 7.2 trilyon ABD doları gelir yaratmış ve bu rakam küresel Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH)'nın %9.8'ni oluşturmaktadır. Sektörün küresel istihdam piyasasında 274 milyon iş imkanı yaratması her 11 kişiden 1'nin turizm sektöründe çalıştığını göstermektedir.. Dünya genelinde ekonomik istikrarsızlıklara rağmen turizm sektörünün önümüzdeki yıllarda da gelişimini sürdürmesi beklenmektedir. Turizm sektörünün 2026 yılına kadar GSYH'ya katkısının %4.2 artış ile %3.4 olması beklenmektedir (WTTC, 2016).

Tüm dünyada artan çevre kirliliği ve küresel ısınma endişeleri ülkeleri sürdürülebilir ekonomik kalkınma hedefini sağlamaya yönelik olarak politikalar uygulamaya yöneltmiştir. Bu kapsamda ülkeler bir yandan ekonomik büyüme ve kalkınmayı sağlarken diğer yandan da çevre kirliliğini azaltmaya yönelik politikalar uygulamaya başlamışlardır. Çevre kirliliğine yüksek oranda neden olan enerji tüketimi ise bu politikaların odağını oluşturmaktadır. Tüm dünyada ülkeler hem enerji fiyatlarındaki artış ve oynaklıktan korunmak hem de çevre kirliliğini azaltmak için yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımını ekonomi genelinde teşvik etmeye başlamışlardır. Örneğin Avrupa Birliği (AB), Avrupa Komisyonu'nda Mart 2017 tarihinde onaylanan Enerji ve İklim Değişikliği Paketi ile 2020'ye kadar sera gazı emisyonlarını 1990 yılına oranla %20 azaltılmasını, enerji arzında yenilenebilir enerji payının %20'ye çıkarılmasını ve birincil enerji tüketiminde %20 enerji tasarrufu sağlamayı hedeflemektedir (TCABB, 2014). Dünya genelinde yenilenebilir enerjinin payı %20'dir ve bu oranın 2020 yılına kadar %26 olması öngörülmektedir. Sadece AB değil, ABD, Çin, Japonya, Birleşik Krallık ve Hindistan gibi birçok ülke yenilenebilir enerji alanında önemli yatırımlar gerçekleştirmektedirler (Karagöl ve Kavaz, 2017).

Turizm sektörü bir yandan yarattığı ekonomik gelir ile günümüzün en büyük sektörlerinden biri olarak adından söz ettirirken diğer taraftan da sektörün çevre üzerinde yarattığı olumsuz baskılar da yoğun bir şekilde tartışma konusu olmuştur. Turizmin ekonomik yönünün ağır basması turizm ve çevre arasındaki ilişkinin uzun yıllar ihmal edilmesine neden olmuştur ancak son dönemlerde sürdürülebilir turizm politikaları gündeme gelmiştir (Kızılırmak, 2011). Turizm faaliyetleri, diğer ekonomik sektörlerle göre çevresel kaynakları en yoğun kullanan sektördür. Turizm sektörü ayrıca, özellikle destinasyonlara gidiş-gelişler esnasında taşımacılık sektöründen faydalanması sebebiyle önemli miktarda enerji tüketmektedir. Turizm sektörünün küresel sera emisyonlarına katkısının %5 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Sektör sadece ulaşım aşamasında değil, ısıtma, soğutma, aydınlatma, pişirme vb. birçok aktivite için önemli miktarda enerji kullanmaktadır. Bu nedenle sürdürülebilirlik açısından turizm sektörünün de enerjiye bağımlılığını azaltacak, daha temiz enerji teknolojilerine yatırım yapması gerekmektedir (Karabuğa vd., 2015). Turizm sektörü, sadece enerji sektörü ile değil, taşımacılık şirketleri, seyahat acenteleri, tarım, gıda, restoran gibi kimi büyük kimi küçük 41 değişik sektör ile bağlantılı, bünyesinde yüzlerce yan kuruluşu barındıran şemsiye görünümündedir (Kızılırmak, 2011). Bu nedenle turizm sektörünün sürdürülebilir gelişme açısından diğer sektörlerle olan karşılıklı etkileşiminin detaylı bir şekilde analiz edilmesi, gerek turizm endüstrisinde gerekse ekonominin diğer sektörlerinde etkin politikaların oluşturulması açısından önem arz etmektedir.

Türkiye'nin 1980'li yıllarda ekonomisinde yaşanan köklü değişim ile birlikte turizm sektörü ülkenin sosyo-ekonomik gelişmesinde önemli bir yere sahip olmuştur. Turizm sektörü, imalat sanayisinin yanı sıra ülkeye döviz sağlayan, işsizliği azaltan anahtar bir sektör olarak kalkınma politikalarında yerini almıştır. 2015 yılında turizm sektörünün GSYH'ya doğrudan katkısı %5 düzeyinde gerçekleşmiştir. Dolaylı ve uyarılmış tüketim etkileri de dahil edildiğinde bu oran %12,9'a ulaşmaktadır. Turizm sektöründe çalışanların toplam istihdam içindeki payı %2,3 seviyesinde olup, sektöre yatırımcı, devlet ve tedarikçi olarak mal ve hizmet sunanların çalışanları da dikkate alındığında sektörün istihdama toplam katkısı %8,3'e yükselmektedir (Kaya, 2017). Turizm sektörü her ne kadar son yıllarda yaşanan jeopolitik riskler nedeniyle sıkıntı yaşasa da, Türkiye ekonomisine döviz sağlayan, yaklaşık 1,2 milyon insana istihdam yaratan sektör olması nedeniyle ekonomide önemini korumaktadır. Bu çalışmada, turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yeri, diğer sektörler ile olan ilişkileri input-output (girdi-çıkıtı) modeli ile ortaya konmuştur. Turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yerinin belirlenmesi amacıyla, TÜİK tarafından yayınlanan 2012 Girdi-Çıkıtı tablolarından faydalanılmış ve turizm sektörünün, enerji sektörü ve diğer sektörler ile olan ilişkileri yapısal olarak analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

2. VERİ ve YÖNTEM

İktisat biliminin yeni sayılabilecek bir alt dalı olan endüstrilerarası iktisadın temelini Girdi-Çıkıtı modelleri oluşturmaktadır. Girdi-Çıkıtı modelleri en basit tanımı ile "ekonomik yapıyı oluşturan üretim ve tüketim birimleri arasındaki karşılıklı bağımlılaşmayı ekonomi-çapında, çok sektörlü ve nicel olarak inceleyen, matematiksel yapısı basit birer genel denge modelidirler" (Aydoğuş, 2010, s.3). Girdi-Çıkıtı

analizi ile ilgili ilk çalışma W. W. Leontief'in 1930'lu yıllarda başlattığı Amerikan ekonomisinin yapısal analizi ile ilgili ampirik bir model uygulaması olmuştur. Girdi-Çıktı analizi sektörler arası karşılıklı ilişkilerin incelenmesinin yanı sıra tek bir sektörün de detaylı analizine olanak sağlaması nedeniyle oldukça yoğun kullanılmaktadır (Canlı ve Kaya, 2012).

Girdi-Çıktı modeli, her endüstrinin ürününü hem nihai kullanım içerisinde talep edilen bir mal ve hem de kendisinin ve diğer malların üretiminde kullanılan bir ara girdi olarak düşünmektedir. Bu nedenle de endüstriler bir yandan girdi arz eden diğer yandan da girdi talep eden sektörler olarak girdi-çıkıtı tablosunda iki kez yer alırlar. Girdi-Çıktı tablosu yalnızca üretim faaliyetlerini ele almakta, tüketimi ise bir sonuç olarak görmektedir. Üretim değerlendirilirken ekonomi 2 ana kesime bölünmüştür: üretimin gerçekleştiği kesim ve üretimin nihai talep olarak kullanıldığı kesim. Bir sektörün toplam üretim ile ara tüketimi arasındaki fark katma değer olarak tanımlanır. Satırların nihai talep ile toplamı, sütunların katma değer ile toplamına eşittir ve bu toplamlar girdi-çıkıtı tablosunda genel dengeyi gösterir (Kepenek, 1977).

Girdi-Çıktı modeli 3 temel tablo içermektedir:

- i) Endüstriyel işlemler tablosu (Transaction table),
- ii) Girdi-Çıktı katsayılar tablosu (Teknik katsayılar matrisi, Teknoloji matrisi),
- iii) Leontief matrisi ve ters matrisi.

Bu üç tablodan ikincisi ve üçüncüsü, birincisinden yani "endüstriyel işlemler" tablosundan türetilir. Endüstriyel işlemler tablosu bir kez oluşturulduktan sonra diğer tablolar da matematiksel formel işlemler kullanılarak teknik katsayılar tablosu ve Leontief matrisi türetilir. Endüstriyel işlemler tablosu, ekonominin ana sektörleri arasında gerçekleşen işlemlerin yani mal ve hizmet akımlarının tanımlanmasıdır. Ekonomide her bir sektörün ürettiği çıktı, başka bir işleyici sektör tarafından girdi olarak satın alınabilir ya da nihai tüketime gidebilir. Endüstriyel işlemler tablosu bu satışları yıllık bazda özetler (Jones, 1997, s.3).

Endüstriyel işlemler tablosundaki her satır ilgili sektörün çıktısının hangi sektörlerle dağıldığını göstermektedir. Diğer taraftan sütunlar ise ilgili sektörün kullandığı yani satın aldığı girdilerin diğer sektörlerle dağılımını göstermektedir. Sütunlar ise her bir sektörün kendisi ile ilgili olan diğer sektörlerden satın aldığı girdilerin bileşimini göstermektedir ve sektörlerin tüm satın alımları ve harcamaları sektörün üretimi (çıkıtısı) ile tam olarak eşittir.

Teknik Katsayılar Matrisi "A Matrisi" olarak da ifade edilmektedir. Elde edilen endüstriyel işlemler tablosu bir yandan ekonominin yapısal ilişkilerini ayrıntılı olarak açıklarken diğer taraftan da ekonomik analizler için faydalı bulgulara ulaştırır. Girdi-Çıktı analizinin bir amacı da bir sektörün nihai talebinin değişmesinin diğer sektörlerin üretimlerini nasıl etkileyeceğini araştırmaktır. Bu nedenle teknik katsayılar her bir üretim sektörü için aynı zamanda birer üretim fonksiyonu özelliğindedir. Teknik katsayılar bir sektörün 1 br çıktı üretmesi için ekonominin diğer sektörlerinden satın almak zorunda olduğu girdilerin değerini göstermektedir.

Teknik katsayılar, sütunlar boyunca değerlerin girdiye oranlanması ile bulunur:

$a_{ij} = x_{ij} / X_j$, burada a_{ij} , üretim teknolojisi veri iken j sektörünün 1 br çıktı üretmesi için i sektöründen aldığı ara girdi miktarını göstermektedir. Bu bakımdan buna Marjinal Girdi Katsayısı da denilir (Karkacier, 2001).

Bu çalışmada, turizm sektörü incelenirken Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2012 yılına ait hazırlanmış olduğu Girdi-Çıktı tablosu kullanılmıştır. TÜİK'in sektörel ayrımları dikkate alınarak Türkiye ekonomisindeki sektörler 10 ana başlıkta toplulaştırılmıştır. Fakat yaygın olanı bu ana sektörleri ekonominin alt sektörleri olarak daha geniş bir şekilde toplulaştırılanıdır. Türkiye İstatistik Kurumu, girdi-çıkıtı tablolarını ISIC (International Standart Industrial Classification)' a göre 64 sektörde toplulaştırmıştır.

3. TURİZM SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ ve SEKTÖREL BAĞIMLILIĞI

Bu çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu'nun "Ulusal Hesaplar" başlığı altında en son yayınlanan 2012 yılına ait Girdi-Çıktı tabloları kullanılarak Türkiye Ekonomisi 10 alt sektörde toplulaştırılmıştır. Bu alt sektörler ise; i) Tarım, ii) Madencilik ve Taşocakçılığı, iii) Gıda, içecekler ve tütün ürünleri, iv) Diğer imalat, v) Enerji, vi) İnşaat, vii) Ticaret, viii) Lojistik, ix) Turizm ve x) Diğer hizmetler'dir. Matematiksel işlemler kullanılarak Teknik Katsayılar Matrisi, Leontief ve Leontief Ters Matrisleri elde edilmiştir. Böylece, turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi, diğer sektörler arasındaki üretim ilişkileri ekonomik olarak değerlendirilmiştir.

Tablo1: Endüstriyel İşlemler Tablosu (Milyon TL)

Sektörler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	Toplam Çıktı
Tarım (1)	29111	116	47477	6540	8	101	130	11	2346	1439	178745
Madencilik (2)	446	1530	280	13909	1734	4584	757	252	95	468	32739
Gıda İmalatı(3)	6229	33	19064	910	48	94	1515	197	15085	2831	173280
Diğerİmalat (4)											
	6163	2583	7850	181390	1797	73703	14962	20059	2085	33189	730662
Enerji (5)	1447	981	1994	28352	64014	576	4606	815	2350	11906	154721
İnşaat (6)	359	92	350	1501	2584	46730	2850	444	474	10751	297839
Ticaret(7)	5064	1181	12379	39504	1326	13907	7271	14127	4116	12099	288644
Lojistik(8)	2641	1935	7625	25684	1226	6024	18094	55120	1252	14094	272994
Turizm (9)	20	61	174	1288	101	336	2060	529	650	7661	85422
DiğerHizmetler (10)	1367	1682	5687	29194	6316	14697	46558	13960	7182	108918	741717
ToplamGirdi											
	178745	32739	173280	730662	154721	297839	288644	272994	85422	741717	

Kaynak: TÜİK'in 2012 yılı Girdi-Çıktı tablosu kullanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 1'in 11. satır ve 11. sütununda görüldüğü üzere, her bir sektörün toplam çıktısı ile toplam girdisinin denklik içerisinde olması gerekmektedir. Endüstriyel işlemler tablosundaki her satır ilgili sektörün çıktısının hangi sektörler tarafından dağıldığını göstermektedir. Sütunlar ise ilgili sektörün kullandığı yani satın aldığı girdilerin dağılımını gösterir. Örneğin, turizm sektörü en yüksek mal ve hizmet satışını sırasıyla hizmet sektörüne, 7,661 Milyon TL ile diğer hizmet sektörüne, 2,060 Milyon TL ile ticaret sektörüne ve 1,288 milyon TL ile diğer imalat sanayisine satmaktadır. Sütunlar, her bir sektörün kendisi ile ilgili olan diğer sektörlerden satın aldığı girdilerin dağılımını göstermektedir. Turizm sektörü en yüksek girdiyi 15,085 milyon TL ile gıda imalatından alırken, diğer hizmetler 7,182 milyon TL ile ikinci sırada, 4,116 milyon TL ile ticaret sektörü üçüncü sırada yer almaktadır. Turizm sektörünün dördüncü ve beşinci sırada ise enerji (2,350 milyon TL) ve tarım sektörlerinden (2,340 milyon TL) girdi temin ettiği görülmektedir. Turizm endüstrisinin, lojistik sektöründen de 7. sırada girdi temin ettiği görülmektedir.

Endüstriyel işlemler tablosu kullanılarak, girdi katsayıları (yani teknik katsayılar), sütun boyunca değerlerin toplam girdiye oranlanmasıyla bulunur (Bkz.Tablo 2). Bu katsayılar tüm sektörlerin çıktılarını 1 br artırımları durumunda kendi sektörü içerisinde ve diğer sektörlerden almak zorunda oldukları mal ve hizmet miktarlarını ifade eder (Jones, 1997, s.7).

Tablo 2: Teknik Katsayılar Matrisi (A matrisi)

Sektörler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Tarım (1)	0,163	0,004	0,274	0,009	0,000	0,000	0,000	0,000	0,027	0,002
Madencilik (2)	0,002	0,047	0,002	0,019	0,011	0,015	0,003	0,001	0,001	0,001
Gıda İmalatı(3)	0,035	0,001	0,110	0,001	0,000	0,000	0,005	0,001	0,177	0,001
Diğerİmalat (4)	0,034	0,079	0,045	0,248	0,012	0,247	0,052	0,073	0,024	0,004
Enerji (5)	0,008	0,030	0,012	0,039	0,414	0,002	0,016	0,003	0,028	0,045
İnşaat (6)	0,002	0,003	0,002	0,002	0,017	0,157	0,010	0,002	0,006	0,016
Ticaret(7)	0,028	0,036	0,071	0,054	0,009	0,047	0,025	0,052	0,048	0,014
Lojistik(8)	0,015	0,059	0,044	0,035	0,008	0,020	0,063	0,202	0,015	0,016
Turizm (9)	0,000	0,002	0,001	0,002	0,001	0,001	0,007	0,002	0,008	0,019
DiğerHizmetler (10)	0,008	0,051	0,033	0,040	0,041	0,049	0,161	0,051	0,084	0,010

Turizm sektörünün 1 milyar TL değerinde çıktı üretmesi için en yüksek girdiyi 177 milyon TL değerinde mal satın alımı ile gıda imalatı sektöründen satın alması gerekmektedir. Yine turizm sektörü 1 milyar TL çıktı için diğer hizmetlerden 84 milyon TL, ticaret sektöründen 48 milyon TL, enerji sektöründen 28 milyon TL ve tarım sektöründen 27 milyon TL değerinde mal ve hizmet satın alması gerekmektedir. Turizm sektörünün hem girdi satın alımında hem de girdi sağladığı sektörler içerisinde tarım ve enerjinin sırasıyla 4. ve 5. sırada yer aldığı görülmektedir. Turizm aynı zamanda 4. sırada da lojistik sektörüne girdi sağlamaktadır. Girdi katsayıları aynı zamanda sektörlerin diğer sektörler ile entegrasyonu ile ekonomiye yaptıkları doğrudan katkıyı ifade etmektedir (Jones, 1997).

Table 3: Key Matrix; $(1-A)^{-1}$ matrix

Sektörler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Tarım (1)	1,211153	0,007156	0,374606	0,016331	0,001517092	0,006338	0,005292	0,002835519	0,101378	0,004923
Madencilik (2)	0,005155	1,052854	0,006092	0,028707	0,021829101	0,028279	0,005774	0,004552344	0,004429	0,002486
Gıda İmalatı(3)	0,048085	0,002964	1,139944	0,004153	0,001583003	0,00286	0,008969	0,002835309	0,205255	0,005076
Diğerİmalat (4)	0,067453	0,127661	0,105879	1,351747	0,045422644	0,408612	0,089865	0,132901269	0,065573	0,018941
Enerji (5)	0,025734	0,070438	0,043726	0,100119	1,717097983	0,042834	0,049829	0,024459821	0,068548	0,081289
İnşaat (6)	0,004755	0,007555	0,007537	0,008063	0,03608603	1,191055	0,017182	0,005848164	0,012083	0,021581
Ticaret(7)	0,045278	0,053636	0,107024	0,083287	0,023008867	0,086382	1,041255	0,077138298	0,076999	0,020954
Lojistik(8)	0,032882	0,090655	0,085425	0,071629	0,025218566	0,059828	0,091637	1,267680025	0,044355	0,025651
Turizm (9)	0,001194	0,004316	0,0037	0,004779	0,003055415	0,004758	0,011397	0,004935806	1,010901	0,019899
DiğerHizmetler (10)	0,024423	0,077045	0,069642	0,078541	0,080970273	0,096837	0,182589	0,08550939	0,114619	1,022397

Tablo 3'de girdi-çıkıtı analizinin en önemli tablosu olan Leontief Ters Matrisi yer almaktadır. Bu matrisin elemanları ekonominin sektörlerinin nihai talebinde oluşacak 1 br'lik artışın tüm sektörlerde global olarak ortaya çıkaracağı toplam ekonomik katkıyı yani doğrudan katkı (birincil etki) ve dolaylı katkıyı (ikincil, üçüncül+ etkiler) olarak ifade etmektedir (Haeussler ve Paul, 1987, s.305, Karkacıer, 2001).

Talep artışı nedeniyle ortaya çıkacak doğrudan ve dolaylı etkileri bulabilmek için Leontief Ters Matrisini $(1 - A)^{-1}$ ile girdi katsayılar matrisi (A) üzerinde ilgi sektörlerin sütun toplamlarının farkını almak gerekir. Başka bir ifade ile, $(1 - A)^{-1} - (A)$ farkı, ekonomide yaratılacak dolaylı etkiyi ifade etmektedir.

Tablo 4'te görüldüğü üzere, tüm sektörlerin dolaylı etkisi, birincil yani doğrudan etkilerden oldukça yüksektir. Bu durum sektörel etkileşimin yoğunlaşması ile paralellik göstermektedir. Diğer tüm sektörler arasında, enerji sektörü hem toplam hem de dolaylı üretim katkısı en yüksek olan sektör olduğundan ekonomide oldukça önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Turizm sektörü, gerek toplam katkı gerekse doğrudan ve dolaylı katkılar açısından tarım, ulaştırma ve madencilik sektörleri geride bırakarak beşinci sırada yer almaktadır.

Tablo 4: Üretim Çoğaltanları (Doğrudan ve Dolaylı Ekonomik Katkılar)

Sektörler	Doğrudan Girdi Üretim Çoğaltanları		
	ToplamEtki $(1-A)^{-1}$ matrisinin sütun toplamı	DoğrudanEtki (A)matrisinin sütun toplamı	DolaylıEtki $(1-A)^{-1}$ ve (A) Farkı
Tarım (1)	1,466112	0,29566	1,170452
Madencilik (2)	1,49428	0,311418	1,182861
Gıda İmalatı(3)	1,943575	0,593721	1,349855
Diğerİmalat (4)	1,747355	0,449279	1,298077
Enerji (5)	1,955789	0,511596	1,444193
İnşaat (6)	1,927784	0,539725	1,388059
Ticaret(7)	1,503788	0,342302	1,161486
Lojistik(8)	1,608696	0,386511	1,222185
Turizm (9)	1,70414	0,417158	1,286982
DiğerHizmetler (10)	1,223198	0,127956	1,095242

Bilindiği gibi emek faktörü sermaye ile birlikte oldukça önemli bir üretim faktörü olup, emek olmaksızın üretimden bahsedilemez. İktisatçılar ve politika yapıcılar ekonomide nihai bir talep artışı olduğu zaman bunun yaratacağı iş imkanlarının ve gelir potansiyelinin ne olacağını bilmek isterler. Kalkınma plan ve politikaları açısından sektörleri istihdam yaratma potansiyelinin bilinmesi oldukça önemlidir. Girdi-Çıkıtı analizlerinde istihdam çoğaltanları bu amaca hizmet eden önemli katsayılardır. İstihdam çoğaltanları köşegen elemanları emek katsayıları olan matrisin (E) önden Leontief ters matrisi (L) ile çarpılması yöntemiyle bulunur $(E = L * (1-A)^{-1}$.

Tablo 5: İstihdam Katsayıları

Sektörler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Tarım (1)	0,0216	0,0001	0,0067	0,0003	0,0000	0,0001	0,0001	0,0001	0,0018	0,0001
Madencilik (2)	0,0008	0,1699	0,0010	0,0046	0,0035	0,0046	0,0009	0,0007	0,0007	0,0004
Gıda İmalatı(3)	0,0037	0,0002	0,0882	0,0003	0,0001	0,0002	0,0007	0,0002	0,0159	0,0004
Diğerİmalat (4)	0,0069	0,0130	0,0108	0,1374	0,0046	0,0415	0,0091	0,0135	0,0067	0,0019
Enerji (5)	0,0013	0,0035	0,0022	0,0050	0,0861	0,0021	0,0025	0,0012	0,0034	0,0041
İnşaat (6)	0,0005	0,0007	0,0007	0,0008	0,0034	0,1137	0,0016	0,0006	0,0012	0,0021
Ticaret(7)	0,0086	0,0102	0,0204	0,0159	0,0044	0,0165	0,1986	0,0147	0,0147	0,0040
Lojistik(8)	0,0028	0,0078	0,0074	0,0062	0,0022	0,0052	0,0079	0,1095	0,0038	0,0022
Turizm (9)	0,0002	0,0009	0,0008	0,0010	0,0006	0,0010	0,0024	0,0010	0,2105	0,0041
DiğerHizmetler (10)	0,0069	0,0218	0,0197	0,0222	0,0229	0,0274	0,0516	0,0242	0,0324	0,2892
Sütunlartoplamı										
(İstihdamEtkisi)	0,0534	0,2282	0,1578	0,1937	0,1280	0,2123	0,2756	0,1657	0,2912	0,3085

İstihdam çarpanları tablosunda, tüm sektörlerde 1 milyar TL nihai talep artışı durumunda en yüksek istihdam artışının hizmet sektöründe ve turizm sektöründe olduğu görülmektedir. Turizm sektörünün istihdam çarpanı 0.29 olup, tüm sektörler içerisinde 2. sırada yer almaktadır. Bu nedenle turizm sektörü incelenen sektörler içerisinde işgücü kullanımı yoğun bir sektör olarak görülmektedir

-Tablo 6: Gelir Çoğaltanları

Sektörler	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	Satırlar Toplamı
Tarım (1)	0,776	0,005	0,240	0,010	0,001	0,004	0,003	0,002	0,065	0,003	1,109
Madencilik(2)	0,003	0,608	0,004	0,017	0,013	0,016	0,003	0,003	0,003	0,001	0,670
Gıda İmalatı(3)	0,014	0,001	0,332	0,001	0,000	0,001	0,003	0,001	0,060	0,001	0,414
Diğerİmalat(4)	0,019	0,035	0,029	0,376	0,013	0,114	0,025	0,037	0,018	0,005	0,671
Enerji (5)	0,006	0,018	0,011	0,025	0,430	0,011	0,012	0,006	0,017	0,020	0,557
İnşaat(6)	0,002	0,003	0,003	0,003	0,013	0,445	0,006	0,002	0,005	0,008	0,490

Ticaret (7)	0,027	0,032	0,064	0,050	0,014	0,052	0,627	0,046	0,046	0,013	0,973
Lojistik(8)	0,016	0,043	0,040	0,034	0,012	0,028	0,043	0,601	0,021	0,012	0,851
Turizm (9)	0,001	0,002	0,002	0,002	0,002	0,002	0,006	0,002	0,507	0,010	0,536
DiğerHizmetler (10)	0,017	0,052	0,047	0,053	0,055	0,066	0,124	0,058	0,078	0,693	1,242
Sütunlar Toplamı											
(Gelir Etkisi)	0,880	0,799	0,772	0,572	0,552	0,739	0,853	0,758	0,819	0,767	1,109

Gelir çoğaltanları matrisi aynen istihdam çoğaltanları matrisinde olduğu gibi, köşegen elemanları gelir katsayıları olan matrisin önden doğrudan Leontief matrisi ile çarpımı ile bulunur. İncelenen sektörlerin her birinin kendi üretimlerini artan nihai talep karşısında artırmaları durumunda diğer sektörlerde yol açacağı gelir artışı Tablo 6'da görülmektedir. Buna göre ilk sırada tarım sektörü yer almaktadır. Bu sektörün nihai talebi artarsa, diğer sektörlerim tümünde 0,880 milyar TL'lik gelir (brüt katma değer) artışı gerçekleşecektir. Tarım sektöründe sonra ikinci sırayı ticaret sektörü almaktadır (0.853). Turizm sektörü ise üçüncü sırada yer almaktadır. Turizm sektöründe gerçekleşecek 1 Milyar TL'lik bir talep artışı, diğer sektörlerde 819 milyon TL gelir yani brüt katma değer artışı gerçekleşecektir.

Bir sektörün ekonominin bütünü içindeki yerinin değerlendirilmesinde kullanılabilir en anlamlı araç girdi-çıkı tablosu yardımı ile elde edilebilecek "ileri ve geri bağlantı endeksleridir" (Dilber, 2007). İleri ve geri toplam bağlantı etkileri, ters matrisin satır ve sütun toplamlarından elde edilmektedir:

$$TLF_i = \sum_j r_{ij} \text{ ve } TLB_j = \sum_i r_{ij} .$$

Bağlantı endeksleri ise; $TFI_i = TLF_i / (1/N) \sum_i TLF_i$ (İleri bağlantı endeksi) ve $TBI_j = TLB_j / (1/N) \sum_j TLB_j$ formülleri ile bulunmaktadır. TFI burada ileri bağlantı endeksini, TBI ise geri bağlantı endeksini ifade etmektedir (Aydoğuş, 2010). Toplam sektör sayısı N ile gösterilmektedir. Turizm sektörü için bu endeksler hesaplandığından TFI 0,615 ve TBI 0,98 olarak elde edilmektedir. *Bir sektörün toplam geri bağlantı etkisi, "belli bir sektörün bir birimlik nihai talep artışından kaynaklanan üretim artışıdır"* (Aydın, 2012). Buna göre, turizm sektöründeki 1 birim nihai talep artışının yol açtığı toplam üretim artışı 0,98 birimdir. Bir sektörün ileri bağlantı etkisi ise, *"tüm sektörlerin birer birimlik nihai talep artışının bu sektörün üretiminde meydana getirdiği üretim artışıdır"* (Aydın, 2012). Buna göre, tüm sektörlerde 1'er birim bir nihai talep artışı, turizm sektörünün üretiminde 0,615 birim üretim artışına sebep olacaktır.

4. SONUÇ

Turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki önemi özellikle 1980'li yıllardan sonra artmaya başlamıştır. Turizm sektöründe nihai talepte meydana gelecek bir artış hem turizm sektörünün üretiminde hem de ilişkili olduğu diğer sektörlerde üretim artışına neden olmaktadır. Analiz sonuçları, turizm sektörünün gıda imalatı, diğer hizmetler ve ticaret sektörleri ile mal ve hizmet alış verişini nedeniyle yüksek derecede entegre olduğunu göstermektedir.

Turizm sektörünün hem girdi satın alımında, hem de girdi sağladığı sektörler içerisinde tarım ve enerji sırasıyla dördüncü ve beşinci sırada yer almaktadır. Bunun yanı sıra turizm sektörü lojistik sektörü ile hem girdi alımı ve girdi sağlama bakımından ileri derece entegre olması sebebiyle, dolaylı olarak önemli miktarda fosil yakıt kullanımına neden olmaktadır. Girdi-Çıkı analizi sonuçları, turizm sektörünün emek faktörünün yanı sıra önemli miktarda enerji ve tarım ürünlerini girdi olarak kullandığını göstermektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir turizm politikalarının mutlaka enerji tasarrufu

sağlayacak ve enerji karmasında yenilenebilir enerji alternatiflerinin değerlendirilmesini teşvik edecek uygulamaları içermesi gerekmektedir.

Turizm sektörünün emek yoğun bir sektör olması, sektörün ülkenin istihdam politikalarında göz önüne alınması gereken önemli bir sektör olduğunu göstermektedir. Çalışmanın sonuçları, turizm sektörünün gerek istihdam yaratma gerekse gelir yaratma potansiyelinin yüksek olması nedeniyle Türkiye ekonomisinde bölgesel ve ulusal kalkınmasına katkıda bulunan önemli bir faktör olduğunu vurgulamaktadır.

KAYNAKÇA

- Aydın L.(2012), Girdi-Çıktı Fiyat Modeli ile Artan Enerji Fiyatlarının Türkiye Ekonomisinin Endüstriyel Üretim Maliyetleri Üzerine Etkilerinin Analizi, Sosyal Bilimler, 2(1), 65-86.
- Aydoğuş O. (2010). Girdi-Çıktı Modellerine Giriş, Efil Yayınevi, Ankara.
- Canlı B., ve Kaya A.A.(2012).Türk Turizm Sektörünün Ekonomik Etkilerinin Girdi-Çıktı Yaklaşımıyla Ölçülmesi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 1(12), 1-12.
- Dilber İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi, Yönetim ve Ekonomi, 14(2), 206-220.
- Haeussler, E.F. ve. Paul R.S. Jr. (1987). Introductory Mathematical Analysis for Business, Economics and The Life and Social Sciences. Prentice-Hall International Inc., London, UK.
- Jones, L, L. (1997). Input- Output Modeling and Resource Use Projection. Faculty Paper Series, Dept. of Agricultural Economics, Texas A&M University, College Station, TX.
- Karabuga A., Yakut M.Z., Yakut G., Selbaş R.. (2015). Renewable Energy Solutions for Tourism, European Scientific Journal, March 2015, Special Edition, 188-194, 01.08.2017, <http://eujournal.org/index.php/esj/article/viewFile/5389/5188>.
- Karagöl E.T.,Kavaz İ. (2017). Dünyada ve Türkiye'de Yenilenebilir Enerji, Nisan 2017, SETA Yayınları, Sayı:197, İstanbul.
- Karkacıer O. (2001).Tokat İli Tarıma Dayalı Sanayi Sektörünün Yapısal Analizi Bir Input-Output Analizi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Yayınları No:57, Araştırma Serisi No:18, Tokat.
- Kaya, D.S. (2017). Turizm Sektörü, Türkiye İş Bankası, İktisadi Araştırmalar Bölümü,10.08.2017, https://ekonomi.isbank.com.tr/UserFiles/pdf/sr201704_turizm.pdf.
- Kepenek Y. (1977). Türk İmalat Sanayinin Üretim Yapısı (1963-1973), Ankara.
- Kızılırmak İ. (2011).Dünyada ve Türkiye'deki Turizm İşletmelerinde Çevre Korumaya Yönelik Uygulamalar: Amacı ve Önemi, Sosyal Bilimler Dergisi, 2, 1-12.
- TCABB .(2014). Avrupa Birliği Sürecinde Enerji Fıslı, Türkiye Cumhuriyeti Avrupa Birliği Bakanlığı (TCABB), Ankara.
- TÜSİAD. (2012). Sürdürülebilir Turizm, Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği (TÜSİAD), Yayın No:TUSİAD-T/2012-09/531, İstanbul.
- WTTC. (2016). Travel&Tourism, Economic Impact 2016, World, World Travel Tourism Council (WTTC).

SEFERİHİSAR ÖRNEĞİNDE “CITTASLOW” KAVRAMI: ZİYARETÇİLERİN İZLENİMLERİ

Arş. Gör. Duygu ÇINAR UMDU
Kastamonu Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
dcumdu@kastamonu.edu.tr
Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK
Kastamonu Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
sozturk@kastamonu.edu.tr

Özet

Küreselleşmenin ve arz-talep ilişkisinin etkisi sayesinde hızlı yaşamak, saatlerce çalışmak ve üretmeden tüketmek çağın büyük bir açmazı haline gelmiştir. Popüler kültürün ve teknolojik gelişmelerin topluma fark ettirmeden bir yarışa zorlaması sonucu, insanlık zevk alamadan yaşamak ve kendi bulunduğu toplumdaki soyutlanmak zorunda bırakılmıştır. 20. yüzyılın sonlarında İtalya’da, bu hızlı ve kıyasıya yarışa karşı insanların yaşam kalitesini arttırmak için sürdürülebilir bir kent modeli olarak öngörülen “Cittaslow” kavramı ortaya çıkmıştır. İtalyanca’da “Kent” anlamına gelen “Citta” ve İngilizce’de “Yavaş” anlamına gelen “Slow” kelimelerinin yan yana gelerek: “Yavaş Yaşa!” sloganıyla yola çıkan kavram daha sonra bir kentler birliği haline gelmiştir. Türkiye ise bu birliğe ilk olarak İzmir Seferihisar’ın 2009 yılında ünvanı alması ile katılmıştır. Çalışmada Türkiye için ilk ve örnek olan Seferihisar’a gelen ziyaretçilerin memnuniyetleri ve izlenimlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu kapsamda bir anket çalışması gerçekleştirilmiş ve yerel halkla görüşmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Cittaslow, Seferihisar, Sürdürülebilir Kent Modeli.

THE CONCEPT OF "CITTASLOW" IN THE CASE OF SEFERİHİSAR: VISITORS IMPRESSIONS

Abstract

Thanks to the influence of capitalism, globalization and the supply-demand relationship; Living fast, working for hours and consuming without producing has become a big dilemma for our time. Humanity has to live without enjoyment and to be abstracted from its own society as a result of pop culture and our age, forcing to society to a race without any awareness. In Italy in late 20th century, against of this fast and fierce competition, a sustainable urban model was envisaged to increase people's life quality and the resonance of this model reached first the national, and then international dimension: “Cittaslow”! The concept that came out with the slogan “Slow Down!” became a city association with the come together words of Italian “Citta” meaning “City” and English “Slow. Turkey participated in this alliance first with Seferihisar in 2009. It was aimed to reveal the visitors’ pleasure and impressions at Seferihisar which is the first and the example for Turkey in the study. In this context, a survey was conducted and interviews were held with local people.

Keywords: Cittaslow, Seferihisar, Sustainable Urban Model.

1. GİRİŞ

Çağın en büyük açmazları; kapitalizm, küreselleşme ve arz-talep ilişkisinin yıkıcı etkileriyle hızlı yaşamak ve üretmeden tüketmek haline gelmiştir. Bu duruma karşı 20. yüzyılın sonlarında İtalya’da, bu hızlı ve kıyasıya yarışa karşı insanların yaşam kalitesini arttırmak için sürdürülebilir bir kent modeli öngörülmüş ve bu modelin yankıları ilk önce ulusal, sonrada uluslararası boyuta ulaşmıştır: “Cittaslow”! İtalyanca’da “Kent” anlamına gelen “Citta” ve İngilizcede “Yavaş” anlamına gelen “Slow” kelimelerinin yan yana gelerek: “Yavaş Yaşa!” sloganıyla yola çıkan bir kavram olmuş, daha sonra kentler birliği haline gelmiştir. 1986 yılında Roma’daki İspanyol Meydanı’na ilk McDonald’s’in açılmasına tepki olarak 1989’da başlayan “SlowFood” kavramı; temiz, iyi, adil, kaliteli, lezzetli ve haz alarak yemek üstüne kurulmuştur (Ergüven, 2011; Sırım, 2012). 1999 yılında Orvieto

(Ekogastronomi) kongresinden ilham alınarak (Özmen, Birsen ve Birsen, 2017), bir İtalyan kenti olan Greve in Chianti'nin eski belediye başkanı Paolo Saturnini'nin önderliğinde bu akımın şehir yaşamına dönüşmüş hali olan Cittaslow kavramı oluşmuş ve 3 İtalyan belediyenin kavramı benimsemesiyle bu kent birliğinin temeli atılmıştır (Cittaslow Türkiye, 2017).

Cittaslow, kendi gelenek, görenek ve kültürlerini yaşamaya devam eden (Radstrom, 2011), sürdürülebilir enerji politikalarını benimseyen, yerel ekonominin güçlendirilmesine dayanan ve "SlowFood" felsefesini takip eden (Lowry ve Lee, 2011) kentlerin üye olduğu bir kentler birliğidir. Logosunun minyatür yapıları üstünde taşıyan turuncu bir salyangoz olmasının nedeni ise sözü geçen hayvanın evini sırtında taşıması ve acele etmeden yavaş bir şekilde hedefine ulaşmasıdır (Yazıcı ve Ekinci, 2017). Turuncu renk ise sosyalliği ve iyi huyluluğu arttıran bir özelliğe sahip olup, neşenin ve bilgeliğin sembolüdür (Usluer, 2015). Küreselleşme nedeni ile yerel çeşitlilik ve farklılıkların elimine olup dünyanın bir büyük tek kent yapısı haline gelmesinin önüne geçilmesi için geliştirilen sürdürülebilir kent sistemidir (Ekinci, 2014).

2017 yılı itibari ile dünyada 30 ayrı ülkeden 238 kentin üye olduğu bir kentler birliği olan organizasyonda; (Cittaslow, 2017) Türkiye, Sinop Gerze ve Bolu Göynük'ün birliğe katılımından sonra 14 Cittaslow (Özmen vd., 2017) ile en çok Cittaslow sahibi 4. ülke konumundadır (Şekil 1).



Şekil 1: Türkiye'deki Cittaslow Üyesi Belediyeler

Türkiye, İzmir Seferihisar'ın birliğe üye olma çalışmalarına başlamasından sonra 2009 yılında ülkedeki "Cittaslow" unvanını alan ilk kent olması ile bu kavramla tanışmıştır.

Çalışmada, 2009-2017 yılları arasındaki süreçte Seferihisar'da yapılan çalışmaların, yaşanan değişimlerin, ziyaretçi özelinde irdelemek ve yöre halkının bu kavramla arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaçla, anket çalışması ve yöre halkı ile görüşmeler yapılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Hızla artan kentleşme, nüfus artışı; kimliksiz ve birbirine benzer kentlerin oluşmasına neden olmuştur. Oysaki her kentin geçmişinden gelen, kentin tarihi ve yerel özellikleri gibi unsurlarından oluşan bir ruhu bulunmaktadır. Küreselleşmenin etkisiyle kaybolmaya yüz tutan bu ruhun sürdürülebilirliğini ön planda tutan bir kent modeli olan Cittaslow'a yönelik birçok çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmaların birçoğunda Cittaslow Birliğinin temel ölçütleri anlatılmaktadır. Buna göre; kentin nüfusunun 50.000'nin altında olmasının (Keskin, 2012) yanı sıra 7 ana başlığa ayrılmış 72 kalite ölçütü bulunmaktadır. Ana başlıklar aşağıda verilmiştir (Cittaslow, 2017; Günerhan, Erdem ve Günerhan, 2010):

1. Enerji ve çevresel politikalar; Açık ve yeşil alanlar, yenilenebilir enerji, ulaşım, geri dönüşüm gibi yöntemler.
2. Altyapı politikaları; Alternatif mobilite, bisiklet yolları, sokak mobilyaları ile ilgili yapılanmalar.
3. Kentsel yaşam yalitesi politikaları; Küçük ve kenar mahallelerin kablo şebekelerinin (fiber optik, kablosuz internet vb.) yeniden yapılanması ve yeniden kullanımı.
4. Tarımsal politikalar, turistik ve esnaf politikaları; Tarımsal alanda GDO kullanımının yasaklanması, çalışma tekniklerinin ve geleneksel el sanatlarının değerinin arttırılması gibi yöntemler.
5. Misafirperverlik, bilinçlendirme ve eğitim politikaları; İyi karşılama, operatörler ve tüccarlar hakkında farkındalığın arttırılması (tekliflerin şeffaf olması ve uygulanan fiyatların, tarifelerin net bir şekilde görülebilmesi) gibi uygulamalar.
6. Toplumsal uyum; Engellilerin entegrasyonu, yoksulluk, ayrımcılık yapılan azınlıkların giderilmesi.
7. Ortaklıklar; Doğal ve geleneksel yiyecekleri teşvik eden diğer organizasyonlar ile işbirliği yapılması

Günerhan, Erdem ve Günerhan, (2010) çalışmasında yukarıda verilen ölçütler belirterek, bu ölçütlerden enerji ve çevresel politikalar konusunda Seferihisar İlçe'sinde yapılan çalışmaları araştırmışlardır.

Lowry ve Lee (2011) sürdürülebilir turizm ile sürdürülebilir kent yönetimini Cittaslow ve Slow Food kavramları üzerinden değerlendirip birlikte ele almış yavaş turizm modelini ortaya koymuşlardır.

Ergüven (2011) Vize İlçesi'nin Cittaslow olma sürecini yapılan uygulamaları göz önünde bulundurarak yönetsel açıdan incelemiştir.

Coşar (2014) 2012 yılında yaptığı araştırmada, Cittaslow olgusunun kentsel yaşam kalitesine getirdiği değişikliklerin yöre halkı ve işletme sahipleri üzerindeki etkilerini Kentsel yaşam kalitesi politikaları çerçevesinde ele almakla birlikte Cittaslow'un kente kattığı olumlu ve olumsuz etkileri ortaya koymuştur.

Gündüz, Öner ve Knox (2016) Cittaslow'ların sürdürülebilir kalkınmasının anahtarının çevresel esneklik olduğunu öne sürmüş ilerici bir çerçeve ile olası sorunların yenilebileceğini Ege Bölgesi'ndeki Cittaslow'ları karşılaştırarak, Seferihisar Örneği üzerinden ele almışlardır.

Akdoğan (2017) Cittaslow markasının etkilerini sürdürülebilir turizm açısından değerlendirmiş, markalaşmanın destinasyon seçimindeki yerini incelerken Yazıcı ve Ekinci (2017) Cittaslow'a üye Türk Belediyelerinin Kurumsal Web Siteleri üzerine bir araştırma yapmış ve web sitelerinin yetersiz olduğunu vurgulamışlardır.

3. YÖNTEM

Çalışmada, Türkiye'nin ilk Cittaslow'u olan Seferihisar ele alınmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (2017) verilerine göre, 2009'da 28.603 ve 2016'da ise 37.697 nüfusa sahip olan İzmir Seferihisar'ın tarihi MÖ 2000 yılına dayanmakta, kentin en eski yerleşim yerinin TEOS Antik Kenti olduğu bilinmektedir (Seferihisar Belediyesi, 2017; TÜİK, 2017). İlçenin; tarım, kültür ve turizm ile kalkınan, kalkınmada kadınların etkili bir şekilde yer aldığı, jeotermal enerji ile ısınan bir kent hayali ile bir dünya markası olma yolunda ki çalışmaları 4 yıl kadar devam etmiştir (Keskin, 2017). Seferihisar'da birçok proje ve planlama çalışmaları hazırlanmıştır. Sürdürülebilir kent olma adına yapılan, yerel ekonomiyi ve halkın yönetimle ilişkisini destekleyen projelerden bazıları şunlardır:

- Sığacık'taki organik köy pazarı ve kadınlar pazarının oluşması sağlanmıştır. Bu şekilde ürünlerin hale girmesi engellenmiş ve yerel tüketici korunmuş, halka katkısız ürünler sunularak ilçe kadınları ekonomik yaşama girmeye teşvik edilmiştir. Böylece tüketici ve üretici arasındaki ilişki sağlanmıştır.
- Sefertası Lokantası ile SlowFood örgütlenmesine destek verilmiştir (Sırım, 2012).

- Yöre halkına yönelik resim, el sanatları, bez bebek atölyeleri, esnaflar için gıda güvenliği, hijyen ve misafirperverlikle ilgili çeşitli kurslar açılmıştır (Günerhan vd., 2010).
- Halkla iletişimi güçlendirmek adına, kent konseyi kurulmuş, muhtarlar ile görüşmeler yapılarak sorunlar tartışılmış ve çocuk belediyesi adı altında çocuklarla iletişime geçilmiştir.
- Üreticilerle birlikte olabilmek adına Zeytin Üreticileri Birliği ve Mandalina Üretici Birlikleri ile görüşmeler yapılarak yerel üretim desteklenmiştir.
- Kültürel dokuyu korumak amacı ile tarihi zeytin ağaçları ve buna benzer önemli dokulara yönelik projeler gerçekleştirilmiştir (Seferihisar Belediyesi, 2017).
- Seçilen 8 okulda çocukların bitki üretimini öğrenebilmesi için okul tarlaları açılmıştır (Seferihisar Belediyesi, 2017).
- Hayvancılık sektörünün korunması için Koyun-Keçi Panayırı düzenlenmiştir.
- Belediye'nin kendi üretimi olan GDO'suz ve organik Karakılçık Buğdayı yerel halka verilerek Ata Ekmeği yapılması teşvik edilmiştir. 10 Haziran 2017'de Ata Ekmeği ve Armola Şenliği düzenlenmiştir.
- Yaz aylarında nüfusun 5 katına (Coşar, 2014) çıktığı ilçedeki trafik akışının daha güvenli olması için bazı yollara araç girişi yasaklanırken ulaşımın bisiklet ve faytonlarla sağlanabileceği bir planlama çalışması yapılmıştır (Günerhan vd., 2010).
- Kent estetiğini bozan işaret ve tanıtım levhaları birbiri ile uyumlu hale getirilmiştir. Merkez ilçede bulunan binaların birbiri ile uyumuna dikkat edilmiştir. Çanak anten gibi sistemler çatılardan toplanmıştır.
- Ege üniversitesi ile güneş enerjili taksi-bisiklet projesi yürütülmüştür (Yeniasır, 2012).
- Ortalama 79 konutun 1 yıllık tüm elektrik enerji ihtiyacını karşılamak için ilçe kapalı Pazar yerinin çatısına bir güneş enerjisi santrali (170 KW güç) kurulmuştur (Enerji Atlası, 2017).
- Özellikle plajlar için çöp taksi projesi hayata geçirilmiştir (Seferihisar Belediyesi, 2017).
- Ege Denizine kurulacak güneş enerjisi santrali ve jeotermal enerjiden yararlanılarak üretilen elektrik enerjisi projeleri tasarlanmıştır (Seferihisar Belediyesi, 2015; Seferihisar Belediyesi, 2016)
- Çevreci bir yaklaşım olan RES projeleri desteklenmektedir.

Çalışmada Seferihisar'a yönelik izlenimlerin ortaya konması amacıyla tesadüfi örneklem yöntemi kullanılarak 120 kişi ile anket çalışması yapılmıştır. Yöre halkından 20 kişi ile görüşmelerde bulunulmuştur. 16 soru olan ankette ilk önce yaş, cinsiyet, eğitim, medeni olma durumu gibi hane halkı soruları yer almaktadır. Daha sonra ankete katılan ziyaretçilere Seferihisar'ı Cittaslow ölçütleri açısından değerlendirmeleri, buraya olan aidiyet duygularını ölçmek adına yerleşme istekleri, buraya gelme nedenleri, kalma süreleri, belediyenin çalışmalarından beklentiler sorulmuştur.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Ziyaretçilere yönelik yapılan anket çalışmasında elde edilen bulgular aşağıda verilmiştir:

Yaş dağılımı incelendiğinde en yüksek oran 29-39 (32.5) yaş aralığı olup sırası ile 18-28 (%25), 40-50 (%16.7), 51-61(%15), en az oranla 62 yaş ve üstü (%10.8) olduğu görülmektedir. Katılımcıların %56.7'si kadın iken, geri kalan %43,3'ü erkektir. Lisans ve lisansüstü eğitim gören katılımcılar %63.3'lük bir oran ile en yüksek katılıma sahiptir. Lise ve dengi okul mezunu (%22.5), ortaokul (%10), ilkokul (%4.2) olmak üzere katılımcılar mevcuttur. Katılımcıların %52.5'i evli iken, %47.5'i bekârdır.

5. soru olan“Cittaslow' (sakin-yavaş şehir) kavramından haberdar mısınız?” sorusuna %86.7 oranında evet cevabı verilmiş olup, bu cevabı veren katılımcıların %57.7'si kadın, % 42, 3'ü ise erkektir. Kadın katılımcıların erkek katılımcılara oranla bu tanıma daha yakın oldukları belirlenmiştir. 6. Soru olan “Seferihisar Cittaslow kavramına uyuyor mu?” sorusunun %83.3'ü evet iken, hayır (%16.7) diyen katılımcıların %30'u kavramı bilmediği için, %70'si ise açılan alışveriş merkezi ve yükselen çok katlı konutlardan dolayı hayır demişlerdir. Katılımcılardan %69.2'si Seferihisar'a yerleşmeyi düşünürken geri kalan %30.8'i ise düşünmediklerini belirtmişlerdir. “Seferihisar'a tekrar gelir misiniz?” ve

“Arkadaşlarınıza tavsiye eder misiniz?” sorularına sırası ile %97.5 ve %95 evet cevabı verilmiştir. Seferihisar’a yapılan ziyaretlerle ilgili sorulardan Günübirlik ziyaretçilerin bir kısmının “Kalındığında nerede ikamet ediyorsunuz?” sorusuna yanıt olarak farklı cevaplar vermelerinin nedeni katılımcıların çok sık olmamakla birlikte Seferihisar’da birkaç gün kaldıklarını belirtmeleridir. Geliş nedenlerinden Organik Pazarı/Kadınlar Pazarını seçip Alışveriş şikkını seçmeyen katılımcılar Organik Pazar/Kadınlar Pazarı’nı alışverişten çok yöre halkı ve turistlerin bütünleşmesi olarak gördüklerini belirtmişlerdir (Tablo 1).

Tablo 1:Seferihisar’a yapılan ziyaretlerle ilgili sorular ve cevapları

Seferihisar’ı ziyaretinizdeki önemli nedenler nelerdir?	Kişi (n)	Yüzde (%)
Organik Pazar/Kadınlar Pazarı	64	53.3
Deniz Turizmi	63	52.5
Sürdürülebilir Turizm	40	33.3
Yeme-İçme	49	40.8
Alışveriş	19	15.8
Kültür Turizmi	52	43.3
Seferihisar’da kalma süreniz nedir?	Kişi (n)	Yüzde (%)
İkamet Ediyorum	20	16.7
Yaz Aylarında Kalıyorum (1-3 ay)	15	12.5
Hafta Sonları Kalıyorum	13	10.8
Günübirlik	72	60
Seferihisar’a kaçınıcı gelişiniz?	Kişi (n)	Yüzde (%)
1	8	6.7
2	9	7.5
3	8	6.7
4	6	5
5 ve üstü	89	74.2
Seferihisar’a kimlerle geliyorsunuz?	Kişi (n)	Yüzde (%)
Yalnız	5	4.2
Aile	64	53.3
Arkadaşlar	39	32.5
Tur Grubu	0	0
Diğer (Arkadaşlar-Aile)	12	10
Seferihisar’ı ziyaretinizde nerede konaklıyorsunuz?	Kişi (n)	Yüzde (%)
Özel Ev / Arkadaş Yanı	29	24.2
Tatil Köyleri / Otel / Uygulama Oteli	5	4.2
Butik Otel / Apart Daire	8	6.7
Günübirlik ziyaret olduğu için hiçbir yerde kalmıyorum	61	50.8
Diğer	17	14.2
Seferihisar’ı ziyaret etmeden önce nereden bilgi edindiniz?	Kişi (n)	Yüzde (%)
Daha Önce Buraya Yapılan Ziyaret	68	56.7
Aile ve Arkadaş Tavsiyesi	64	53.3

İnternet	29	24.2
Seyahat Acentası / Tur Operatörü	8	6.7
Basın / Medya (Radyo - Televizyon - Gazete - Dergi)	36	30
Diğer	26	21.7

Seferihisar'ın sakinliği, tanınmışlığı ve kentin sürdürülebilirliği ile ilgili sorulardan katılımcıların %69.9'unun hızlı yaşamdan kaçmak için kente geldiğini ve %74.2'sinin aradıkları sakinlik ile huzuru kente bulduklarını belirtmeleri Cittaslow kavramının temel amacının Seferihisar tarafından sağlandığını göstermektedir. Belediyenin sürdürülebilirlik çalışmalarının yeterliliği konusunda kararsız olan katılımcılar, çalışmalardan memnun olduklarını ama konunun üzerine daha fazla gidilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Tablo 2).

Tablo 2: Kentin sakinliği, tanınmışlık ve kentin sürdürülebilirliği ile ilgili sorular ve cevaplar

Aşağıdaki soruları 1 (en az) ve 5 (en çok) olarak işaretleyiniz.		
Seferihisar'a gitme sebebiniz kentteki hızlı yaşantıdan kaçmaktır.	Kişi (n)	Yüzde (%)
1	5	4.2
2	7	5.8
3	25	20.8
4	27	23.2
5	56	46.7
Seferihisar'ın yeteri kadar tanındığını düşünüyor musunuz?	Kişi (n)	Yüzde (%)
1	18	15
2	21	17.5
3	27	23.2
4	23	18,5
5	31	25.8
Aradığımız huzur ve sakinliği Seferihisar'da bulabiliyor musunuz?	Kişi (n)	Yüzde (%)
1	4	3.3
2	9	7.5
3	18	15
4	40	33.3
5	49	40.9
Belediyenin sürdürülebilirlik için yaptığı çalışmaları yeterli buluyor musunuz?	Kişi (n)	Yüzde (%)
1	9	7.5
2	16	13.3
3	45	37.5
4	28	23.3
5	22	18.4

Seferihisar'da yaşayan toplam 20 kişiyle yapılan görüşmelerde ilçeyi nasıl buldukları ve belediyenin Cittaslow'a yönelik çalışmaları hakkındaki düşüncelerine ilişkin yöneltilen soruların sonuçları aşağıda verilmiştir:

- Görüşmeye katılan yöre halkı özellikle randevusuz görüşme sağlayabildikleri (salı-perşembe) Cittaslow Başkan Yardımcısı ve Türkiye Ağ Koordinatörü olan Belediye Başkanı Tunç Soyer'i ve çalışmalarını beğendiklerini dile getirmişlerdir.

- Cittaslow Markası'ndan memnun olduklarını belirten katılımcılar Seferihisar'ın ekonomik ve çevresel yönden olumlu yönde geliştiğini hissetmektedirler. Ancak özellikle pazar günleri ziyaretçi yoğunluğunun Cittaslow Markası ile çok da örtüşmediğini düşünmektedirler. Bölgedeki rahat ve sakin yaşamın kaybolduğunu dile getirmişlerdir.
- Ayrıca, yöre halkı ürün pazarında olmayan ürünleri yüksek fiyatta satan satıcıların varlığından şikâyet etmektedirler.
- Son zamanlarda inşa edilen çok katlı konut ve alışveriş merkezi yapılarının bölgeyi Cittaslow ruhundan uzaklaştırdığını belirtmişlerdir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Anket ve görüşmeler sonucunda Seferihisar'a gelen ziyaretçilerin çoğunun yüksek eğitim seviyesinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum alana gelen ziyaretçilerin bilinçli turistler olduğunu ve alanı araştırıp geldiklerini göstermektedir. İlçenin tanınırlığı Cittaslow'a üye olması ile artmıştır. Bu durum marka tanınırlığına destek veren birliğin politikalarına uymaktadır.

Cittaslow kavramının katılımcıların %86.7'sinin bilmesi yukarıda belirtilen sonucu desteklemektedir. Bu kentin, Türkiye'nin diğer Cittaslow'lardan daha fazla gündemde olmasının tek nedeni, ülkedeki ilk Cittaslow olması ya da "Cittaslow Türkiye Başkenti" (Özmen vd.,2017) olması değildir. Bunun asıl nedeni; hem yöre halkının bu kimliği benimsemesi, hem de hızlı yaşamdan kaçışı seven İzmir halkının sakin ve hoşgörülü kimliğini koruyacağı günü birlik kaçış destinasyonlarından biri olarak Seferihisar'ı kabul etmesidir. Nozick'in 1992'deki "Herkesin ama hiç kimsenin evi" (Radstrom, 2011) söylemi İzmir halkının Seferihisar için düşündüğünü özetlemektedir.

Ayrıca, görüşmelerde ortaya konulan; özellikle kent planlamasında imara açılan çok katlı konut ve alışveriş merkezlerine yönelik planlamaların katılımcı desteği ile yapılması gerekmektedir. Turist yoğunluğunu optimum seviyede tutmak için ziyaretçi yönetim planları hazırlanmalı ve bu kapsamda taşıma kapasitesi hesaplanmalıdır Aynı zamanda, Cittaslow hareketi ile birlikte gelişen; yerel yönetim, yöre halkı, sivil toplum örgütleri ve araştırmacılar arasındaki iletişimin sürmesi kent kimliği için önemlidir. Bu iletişimin devamlılığı, hayata geçirilen birçok olumlu projenin yanlış bilgi ve düşünceden dolayı olumsuz algılanmaması ve halk tarafından desteklenmesi konusunda büyük rol oynayacaktır.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, Ç. (2017). Destinasyon Markalama Bağlamında Yavaş Şehir (Cittaslow), Hareketi Üzerine Genel Bir Değerlendirme. In H. Kahya (Ed.) *2nd International Scientific Researches Congress on Humanities and Social Sciences (IBAD-2017)* (s. 376-389). İstanbul: IBAD.
- Cittaslow (2017). Cittaslow, <http://www.Cittaslow.org/>, Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2017.
- Cittaslow (2017). How to Become, <http://www.Cittaslow.org/content/how-become>, 30 Temmuz 2017.
- Cittaslow Türkiye (2017). Cittaslow Uluslararası Organizasyonu: Hareketin Başlangıcı, <http://Cittaslowturkiye.org/#Cittaslow>, Erişim Tarihi: 7 Mayıs, 2017.
- Coşar, Y. (2014). Yavaş Şehir Olgusunun Kentsel Yaşam Kalitesi Üzerindeki Algılanan Etkisi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(25), 26-240.
- Enerji Atlası (2017). Seferihisar Belediyesi Güneş Enerjisi Santrali – GES, <http://www.enerjiatlası.com/gunes/seferihisar-belediyesi-gunes-enerjisi-santrali.html>, Erişim Tarihi: 9 Mayıs, 2017.
- Ekinci, M.B. (2014). The Cittaslow Philosophy in the Context of Sustainable Tourism Development; The Case Of Turkey, *Tourism Management*, 41, 178-189.
- Ergüven M. H. (2011). Cittaslow – Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslararası Birliği: Vize Örneği, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(3), 201-210.
- Gündüz C., Öner. A. C., Knox P. L. (2016). Social Resilience in Aegean Slow Cities: Slow City Seferihisar, *Universal Journal of Management*, 4(4), 211-222.
- Günerhan S. A., Erdem Ü., Günerhan H. (2010). Çevre ve Enerji Açısından Yavaş Şehir Hareketinin Gelişimi, *Tesisat Mühendisliği*, 118, 32-37.

- Keskin, E. B. (2012).Sürdürülebilir Kent Kavramına Farklı Bir Bakış: Yavaş Şehirler (Cittaslow), *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 1(8), 81-99.
- Keskin, N. E. (2017). https://personel.omu.edu.tr/docs/ders_dokumanlari/768_41283_1455.pdf, Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2017.
- Lowry, L. L. ve Lee, M. (2011). “Cittaslow, Slow Cities, Slow Food: Searching for a Model for the Development of Slow Tourism”, *42nd Annual Conference Proceedings: Seeing the Forest and the Trees – Big Picture Research in a Detail- Driven World, Travel & Tourism Research Association,Canada*, 42, 1-13.
- Özmen Ş. Y., Birsen, H., Birsen, Ö. (2017).Türkiye’deki Sakin Şehirlerinin İletişim Stratejisi. Öztürk G. (Ed.), *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı* içinde (s.91-100), İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Randstrom, S. (2011). A PlaceSustaining Framework forLocal Urban Identity: an IntroductionandHistory of Cittaslow, *ItalianJournal of Planning Practice*, 1(1), 90-113.
- Seferihisar Belediyesi (2017). Çöp Taksi Hizmete Başladı, <http://seferihisar.bel.tr/cop-taksi-hizmeti-basladi/>,Erişim tarihi: 8 Mayıs, 2017.
- Seferihisar Belediyesi (2017). Projeler, <http://seferihisar.bel.tr/projeler/>, Erişim tarihi: 8 Mayıs, 2017.
- Seferihisar Belediyesi (2017). Seferihisar Hakkında, <http://seferihisar.bel.tr/seferihisar-hakkinda/>, Erişim tarihi: 8 Mayıs 2017.
- Seferihisar Belediyesi (2016). Seferihisar’ın Enerjisi Elektriğe Dönüşecek,<http://seferihisar.bel.tr/seferihisar-in-enerjisi-elektrige-donusecek/>, Erişim Tarihi: 7 Mayıs, 2017.
- Seferihisar Belediyesi (2015). Seferihisar Suyla Elektrik Üretecek, <http://seferihisar.bel.tr/seferihisar-suyla-elektrik-uretecek/>, Erişim Tarihi: 7 Mayıs 2017.
- Seferihisar Belediyesi, (2010). Seferihisar Türkiye’nin İlk Cittaslow’u Oldu!,<http://seferihisar.bel.tr/Cittaslow-seferihisar/>, Erişim Tarihi: 7 Mayıs, 2010.
- Sırım, V. (2012). Çevreyle Bütünleşmiş Bir Yerel Yönetim Örneği Olarak “Sakin Şehir” Hareketi Ve Türkiye’nin Potansiyeli, *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, Tüketim Toplumu ve Çevre Özel Sayısı, 119-131.
- TÜİK (2017). http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1059, Erişim Tarihi: 30 Mayıs 2017.
- Usluer, A. (2015). Turuncunun Anlamı Nedir?,<http://gencdergisi.com/8220-turuncunun-anlami-nedir.html>, Erişim Tarihi: 10 Mayıs, 2017.
- Yazıcı T., Ekinci D. K. (2017). Yavaş Şehirlerin Kurumsal Web Sitesi Kullanımı Üzerine Bir İnceleme: Cittaslow Türkiye Belediyeleri Web Sitesi Ana Sayfalarının Karşılaştırılması. Öztürk G. (Ed.), *1. Uluslararası İletişimde Yeni Yönelimler Konferansı* içinde (s.179-193), İstanbul: İstanbul Ticaret Üniversitesi
- Yeni Asır (2012). Güneş Enerjili Taksi-Bisiklet üretildi, <http://www.yeniasir.com.tr/kenthaberleri/2012/10/16/gunes-enerjili-taksibisiklet-uretildi>, Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2017.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA SERTİFİKASYON VE EKO-ETİKETLER

Doç. Dr. Sevgi ÖZTÜRK
Kastamonu Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
sozturk@kastamonu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER YİĞİT
Turizm Fakültesi
Turizm Rehberliği Bölümü
ctanrisever@kastamonu.edu.tr

Arş. Gör. Duygu ÇINAR UMDU
Kastamonu Üniversitesi, Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
dcumdu@kastamonu.edu.tr

Özet

Ekonomik, kültürel ve sosyal kalkınma araçlarından biri olan turizm sektörünün karşılaştığı en önemli sorunlar çevresel sorunlardır. Bu sorunların önlenmesi ve var olan kaynak değerlerinin etkin kullanılabilmesi için sürdürülebilir turizm kavramı gelişmiştir. 20. yüzyılın sonlarına doğru turizmde daha çok kullanılmaya başlanan kavram gün geçtikçe turistlerin, yerel halkın ve otoritelerin öncelik verdiği bir öge haline gelmiştir. Son yıllarda artan çevre duyarlı ve doğaya dost turizm aktivite talepleri turizm alanlarında bazı önlemlerin alınmasını beraberinde getirmiştir. Bu anlamda turizm aktivitelerinin daha iyi uygulanması, dikkat çekmesi ve gerekli farkındalığı yaratması için harekete geçilmiştir. Bu amaçla, hem ulusal hem de uluslararası çeşitli ölçütler içeren, gönüllülük esasına dayanan birçok sertifikasyon uygulaması ve eko-etiket bulunmaktadır. Bu sertifikasyonlar ve eko-etiketler, koruma yasa ve yönetmeliklerini destekleyen etkili araçlar haline gelmişlerdir. Çalışmada; Blue Flag, GreenKey, Yeşil Yıldız gibi yaygın olarak kullanılan ulusal ve uluslararası sertifikasyonlar ile eko-etiketlerin amaçları, uygulama alanları, getirdiği etkiler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Sertifikasyon, Eko-etiket.

CERTIFICATES AND ECO-LABELS IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE TOURISM

Abstract

Environmental issues are the most significant problems for tourism which is one of the instruments of economic, cultural and social development. The concept of sustainable tourism has evolved in order to prevent these problems and to make effective use of existing resource values. Towards the end of the 20th century, the concept became more and more used in tourism, and the day has become an element of priority given by tourists, local people and authorities. In recent years, increasing environmental awareness and nature friendly tourism activity demands have brought some measures in tourism areas. In this sense, action has been taken to improve tourism activities, to attract attention and to create the necessary awareness. To this aim, there are many voluntary certification applications and eco-labels, including both national and international criteria. These certifications and eco-labels have become effective tools to support conservation laws and regulations. In the study; commonly used national and international certifications and eco-labels such as Blue Flag, Green Key, Green Star and their criteria, application areas and effects are revealed.

Keywords: Sustainable Tourism, Certification, Eco-label.

1. GİRİŞ

Sosyal, kültürel ve ekonomik kalkınma için en önemli sektörlerden biri olan turizm, çok katmanlı bir yapı olup, insanların gündelik yaşamlarından ayrılarak, belirli bir süre için buldukları yeri; sosyal, kültürel ve ekonomik olarak değiştirerek farklı destinasyonlarda kalmalarıdır (Kısa Ovalı, 2007).

Günümüzde dünya genelinde her sektörün karşılaştığı çevresel sorunlar (Özahmet, 2008) ise turizm sektörünün başa çıkmaya çalıştığı en büyük sorunlardan biridir. Çünkü hangi amaçla yapılırsa yapılsın, turizm o destinasyonun coğrafi özellikleri, iklimi, çevresel yapısı ve biyoçeşitliliği ile ilişkili olmaktadır. Ayrıca, Dünya Turizm örgütünün 2016 yılındaki verilerine göre küresel ziyaretçi sayısının 1 Milyar 235 milyon olması (Turizm Güncel, 2017) sadece otoritelerin ve turizmcilerin değil turistlerin de bu sorunları çözerken büyük rol oynayabileceğini göstermektedir. Bu yüzden, çevresel sorunlara çözüm getirilebilmesi ve var olan ekonomik ve doğal kaynakların verimli kullanılabilmesi için sürdürülebilir turizm olgusu ortaya çıkmıştır.

1972’de Stockholm Konferansının çevresel sorunlara yer vermesi ile 1987’de Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun hazırladığı “Ortak Geleceğimiz Raporu” olarak da bilinen Brundtland Raporu’yla kullanılan sürdürülebilirlik kavramı gün geçtikçe turistlerin, yerel halkın ve otoritelerin öncelik verdiği bir olgu haline gelmiştir (Kından, 2006). 1992’de Rio Zirvesi’nde oluşturulan Gündem 21 Belgesi ile de 3. şahıslar olarak gönüllü kuruluşların da sürdürülebilirlik hedeflerinde aktif rol oynayabileceği ortaya konmuştur (Sasidharana, Sarıkay, ve Kerstettera, 2002; Özahmet, 2008).

Turistler tarafından son yıllarda artan çevre duyarlı ve doğaya dost turizm aktivite talepleri bazı önlemleri beraberinde getirmiştir. Sürdürülebilir turizmin daha iyi uygulanması, dikkat çekmesi ve gerekli farkındalığı yaratması için harekete geçilmiştir. Bu amaçla, hem ulusal hem de uluslararası çeşitli ölçütler içeren, gönüllülük esasına dayanan birçok sertifikasyon ve eko-etiket bulunmaktadır. Bu sertifikasyonlar ve eko-etiketler, ülkelerin koruma yasa ve yönetmeliklerini destekleyen etkili araçlar haline gelmişlerdir. Çalışmada; Blue Flag, GreenKey, Yeşil Yıldız gibi yaygın olarak kullanılan ulusal ve uluslararası sertifikasyon ve eko-etiketler ortaya koymaya çalışılmıştır.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE EKO-ETİKETLER

Çevresel sorunlar bütün sektörlerin en önemli sorunlarından biri olmasına rağmen çevre olmadan turizm olamayacağı, sürdürülebilir bir çevrenin de sürdürülebilir bir turizmle olacağı açıktır. Turizmin yapılacağı çevre; su havzaları, biyoçeşitlilik, doğal ve kültürel miras zenginliği bakımından önemli olduğu için plansız, gelişmiş ve çevreye saygı duymayan bir turizm anlayışının ekolojik dengeyi ve çevre kalitesini bozacağı (Eagles, McCool ve Haynes, 2002) önemli bir gerçektir. Ancak doğal ve kültürel kaynakların büyük rol oynadığı turizm sektöründe etkin bir rolü bulunan ekolojik ve sosyo-kültürel olgulara çok da önem verilmediği görülmektedir (Kozak, 2013).

20. yüzyılın sonlarında artan sürdürülebilirlik ve doğaya saygılı duruş, sektörün gelişimi için gelişmiş bir performans ve etkili bir pazarlama oluşturması açısından büyük bir önem içermektedir (Font ve Harris, 2004). Sürdürülebilir gelişme aynı zamanda sektörün devamlılığını da getirdiği için hem politik hem de ekonomik dengeleri düzenlemek için önemli bir kavram haline gelmiştir (Visit, 2004).

Turizmin sürdürülebilirliği açısından; kültürel, sosyal ve ekonomik kalkınma, ulaşım, kurum güvenilirliği, destinasyonun turist kapasitesi, alan kullanımı, biyoçeşitlilik, turizm aktivitelerinin çeşitliliği, su ve enerji verimliliği ile atık yönetimi hayati öneme sahiptir (Visit, 2004). Bu kapsamda turizm sektöründeki çeşitli bileşenin ölçülmesi ve turizm işletmelerinin sürdürülebilirlik açısından kendilerini geliştirmeleri için birçok eko-etiket ve sertifika programı geliştirilmiştir (Can, Türker, Öztürk ve Alaeddinoğlu, 2014). Eko-etiketler ve sertifikalar “*Herhangi bir ürün veya hizmetin nerede, ne zaman, hangi koşullarda üretildiğini; ürünün kullanım performansı ve hatta kullanım sonrası bertarafını veya yeniden kullanımını da içine alan tüm yaşam döngüsü (life-cycle) boyunca çevresel ve sosyal ayakizi bilgisini kamusal paylaşımına açan*” (İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği [SKD], 2014, s.7) ulusal ya da uluslararası ödül programlarıdır.

Sertifikalar bir kuruluşa ya da firmaya verilirken, eko-etiketler hem kuruluşa, hem firmaya hem de ürünlere ayrı ayrı verilebilmektedir (Biodiversity, 2017). Örneğin, CittaSlow Seferihisar’a tüm bileşenleriyle verilen bir sertifikayken, Blue Flag Seferihisar Sahillerine verilen bir eko-etikettir. Fakat bazı kaynaklar sertifika ve eko-etiketleri birbirinden ayırırken bazıları ayırmamakta hepsini ödüllendirme sistemi olarak görmektedir (MoveIt, 2017).

Dünyada şu anda yaklaşık olarak 180 tane eko-etiket olduğu tahmin edilmekle birlikte (Tourism Review, 2016) bütün bu sistemler gönüllülük esasına uygun olarak 3. şahıslar tarafından belirli ölçütlere göre verilmektedir. İlkeleri aşağıda verilmiştir (Kından, 2006):

- Gönüllülük esası
- Ana katılımcıların katkıları
- Çevre ile ilgili yasalarla örtüşmek
- Ürünün amaca uygunluğu
- Ürün performansı
- Bilimsel temele dayanmak
- Ürün kategorisinin belirleyici özelliklerini içermek
- Güvenilirlik, ilgililik, ulaşılabilirlik,
- Ölçülebilirlik ve doğrulanabilirlik
- Tarafsızlık, esneklik ve açıklık
- ISO, EMAS gibi standardizasyonlarla örtüşebilirlik

3. ULUSAL VE ULUSLARARASI EKO-ETİKETLER

Dünya ölçeğinde turizm hareketinin yaklaşık %50'si Avrupa'da gerçekleşmektedir (Visit, 2004). Bu nedenle turizm açısından alınan birçok ciddi hareket ve karar Avrupa Birliği üyesi ya da aday ülkeler tarafından alınmaktadır. İlk eko-etiket 1977 yılında Almanya'da hazırlanan Blue Angel programıdır (Kından, 2006).

Dünyada kullanılan birçok eko-etiket ve sertifikasyon sistemi bulunmaktadır. ISO, Visit, EMAS gibi akredite ve sanitasyon gruplarının desteklediği turizm ile ilgili dünyaca ünlü bazı eko-etiket ve sertifikasyonlar aşağıda verilmiştir:

- Blue Flag (Mavi Bayrak): 2017 yılında 30. yaşımı kutlayan ve çevreye duyarlı programın gerekli ölçütlerini sağlayan plaj, marina ve yatlara verilen 46 ülkeden 4413 plaj, marina ve botun üye olduğu uluslararası bir eko-etiket programıdır. Sertifika almak isteyen plajlar için 32, marinalar için 24 ölçüt bulunmaktadır. Sezon içerisinde on beş günde bir yapılan deniz suyu ölçümleri ve gerekli diğer bileşenlerin tespitleri ile denetim yapılmaktadır. Türkiye mavi bayraklı plaja sahip 3., mavi bayraklı marinaya sahip 7. ülke konumdadır ve 24 yıldır TÜRÇEV (Türkiye Çevre Eğitim Vakfı) desteği ile bu oluşumun üyesidir (Mavi Bayrak, 2017).
- Green Key (Yeşil Anahtar): 1994 yılında Danimarka'da uygulanmaya başlanan program 53 ülke ve 2600 konaklama işletmesinin dahil olduğu enerji verimliliği, su ve atık yönetimi bakımından duyarlı olan kuruluşlara verilen uluslararası bir etikettir (GreenKey, 2017). İklim değişikliğinin önlenmesi ve sürdürülebilir turizme katkıda bulunmayı amaçlayan program, çevrenin korunması yönündeki girişimleri ödül vererek desteklemektedir (Güneş ve Aslan, 2015). Ülkemizde 2011 yılında verilmeye başlanan Green Key programı TÜRÇEV tarafından yürütülmektedir (TÜRÇEV, 2017). Yeşil Anahtar kar amacı gütmeyen, hükümetlere bağlı olmayan ve bağımsız bir program olup Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından desteklenmektedir. Yeşil Anahtar Programının temelinde 5 hedefi bulunmakta olup bu hedefler (TÜRÇEV, 2017); İşletme sahibi, personeli ve müşterilerin çevre bilincinin artırılması ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması için eğitimi, İşletmenin çevreye olumsuz etkilerini azaltarak çevrenin korunması, Tüketimin azaltılması sonunda maliyetin azalması ile ekonomik yönetim, İşletmenin daha geniş sorumluluklar olarak turizmin güçlendirilmesine katkı sağlaması, Ödüllü işletmelerin ve yeşil anahtar etiketinin promosyonu ile pazarlama stratejisinin geliştirilmesi şeklinde olmaktadır.
- Travelife: Tur operatörleri, acentalar, oteller ve otel işletmecilerine verilen ve 49 ülkeden 1000 tane üyesi olan bu oluşum 2007 yılında Londra'da kurulmuştur. Sürdürülebilir turizm ilkesi ile hareket eden işletmecilere verilen Travelife Sertifikasının üye ülkelerinden biri de Türkiye'dir. Etiket 3 adet aşaması vardır. İlki "engagement" kısmıdır. Katılım ya da birliktelik anlamına gelen bu süreç şirketin iyi uygulamalarının Travelife tarafından desteklendiği ama daha bir ödüllendirmenin olmadığını belirtir. 2. aşama ise Travelife'in belirlediği temel koşulların

sağlanmasında verilen “Travelife Partner” konumudur. Şirket Travelife’in logosunu kullanma hakkını kazanır ve bu logo şirketin organizasyon tarafından desteklendiğini belirtir. 3. aşama “Travelife Certified” aşamasıdır. Söz konusu şirketin, Küresel Sürdürülebilir Turizm Kurulu Endüstrisi ölçütleri’ne uygun düzenlemelerinin olduğunu ve bunların Travelife tarafından desteklendiğini belirten sertifikadır (Travelife, 2017).

- Green Globe (Yeşil Küre): 1994 yılında Birleşik Devletler’de kurulan ve sürdürülebilirlik ilkeleri ile hareket eden konaklama birimlerine, golf kulüplerine, turizm işletmelerine ve hava alanlarına verilen bu etiketin 90 ülkede 524 üyesi bulunmaktadır. Türkiye 6 konaklama işletmesi ile programın üyelerinden biridir (Green Globe, 2017). Sadece tesislerin değil, tur operatörleri, cruise gemileri, fuar ve kongre merkezleri, organizasyon şirketleri, spa ve sağlık merkezleri, restoranlar, taşımacılık şirketleri gibi turizm sektöründe çok geniş bir yelpazenin sürdürülebilirliğe adım atması için çok önemli bir fırsat olmaktadır. Green Globe 21 sertifikası ile içerik olarak dünyanın en kapsamlı sertifikasyonu olarak kabul edilmektedir. Dünya çapında 281 otelin sahip olduğu bu sertifika sürdürülebilirliği, enerji, su, elektrik tasarrufu, katı atık yönetimi, çalışan hakları, yerel iş gücü, bölge ekonomisine katkı gibi konuları da kapsayarak çok geniş bir açıdan ele almaktadır. Green Globe standartları 337 farklı gösterge ve 41 adet özel sürdürülebilirlik ölçütlerinin toplamından oluşmaktadır (Green Globe, 2017).
- EU-Ecolabel: Avrupa çevre etiketi 35 ürün grubuna sahip, Avrupa Komisyonu önderliğinde kurulan ve 782 ödüllü turizm işletmesinin üye olduğu bir oluşumdur. 25. Yılı kutlamakta olup, en fazla EU-Ecolabel sertifikasına sahip ülke İtalya’dır ve Türkiye’nin de birçok ürün grubu ile içinde bulunduğu platforma ne yazık ki hiçbir Türk oteli kayıtlı değildir. Bu etiketin amacı tüketicileri kullandıkları ürün ve benimsediği yaşam tarzı doğrultusunda bilinçlendirmek ve markaların doğa dostu kimliklerinin güçlenmesini sağlamaktır (EU-Ecolabel, 2017; İstanbul Maden Ve Metaller İhracatçı Birlikleri [İMMİB], 2017).
- CittaSlow (Sakin Şehir): 1999’da İtalya’da kurulan ve sürdürülebilir turizmi ve kalkınmayı destekleyen şehir yönetimine sahip, nüfusu 50.000’i geçmeyen kentlere verilen 30 ülkeden 238 üyeye sahip bir kentler birliğidir (CittaSlow Türkiye, 2017). Küreselleşmenin, şehirlerin dokusunu, yaşam tarzını, sakinliğini, standartlaşmasını, yerel özelliklerini ortadan kaldırmasını engellemek amacıyla SlowFood hareketinden doğmuştur. Bu birliğe üye olabilmek için ölçütlerden en az 50 puan alınması gerekmektedir. Ölçütler, 7 ana başlık 72 konudan oluşmaktadır. Dikkat çeken ölçütlerden biri nüfusun 50 binin altında olması olmaktadır (CittaSlow, 2017).

Türkiye’de ise 1990’lı yılların başında başlayan eko-etiketleme ve sertifikasyon hareketi tüketicinin ve çalışanların olumlu yaklaşımları sayesinde artmış olup, konu ile ilgili bilinçlendirme çalışmaları devam etmektedir. Ulusal eko-etiketler aşağıda verilmiştir:

- Yeşil Yıldız: Bir Kültür ve Turizm Bakanlığı Projesi olan, Avrupa Birliği ve Türkiye Cumhuriyeti tarafından finanse edilen Yeşil Yıldız, ülkenin önemli derecelendirme programlarından biridir. 22.09.2008 tarih ve “27005 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair Tebliğ (Tebliğ No:2008/3) kapsamında verilmektedir.” (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014, s.2). Yeşil Yıldız, 2008 yılından beri çevreye duyarlı ve sürdürülebilir turizmi destekleyen konaklama tesislerine verdiği ulusal bir etikettir. Tesislerin enerji verimliliği ile kaynak yönetiminin önemini benimsemesi, sürdürülebilir rekabetin desteklenmesi ve kullanıcıların bu konuda bilinçlenmesini sağlamak için başlatılan bir harekettir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2014). 2016 verilerine göre 164’ü Antalya’da olmak üzere 307 adet Yeşil Yıldız sahibi turizm tesisi bulunmakta ve bu sertifikaya sahip tesis sayısı gün geçtikçe artmaktadır (TurizmDataBank, 2016).
- Çevre Dostu İşletme Plaketleri: Çevreye Duyarlılık Kampanyası kapsamında 1993 yılında başlatılan ve çevre bilinci oluşturulmasını hedefleyen bir harekettir. Talepte bulunan işletmeler için, tarafsız bir heyet tarafından belirlenen standartlara göre verilen belge ve plakettir. Konaklama ve yeme içme tesislerine “Çam”, yat işletmelerine “Yunus”, yat Limanlarına ise “Çıpa” simgeli plaketler verilirken, 2008 yılında Yeşil Yıldız Kampanyası’nın doğuşu ile bu

belge yerini Yeşil Yıldız Sertifikası'na bırakmıştır (Organik Grup, 2017; Yılmaz ve Yumuk, 2013).

- Beyaz Yıldız: Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) tarafından başlatılan çalışma turistik işletmelerde kullanılan enerji ve kaynakların kontrol altına alınmasını ve çevreye duyarlı, bilinçli tesisler oluşturulmasını amaçlamıştır. Bu amaca yönelik hareket eden tesislere verilen etiket ise Beyaz Yıldız Etiketidir (Hürriyet Ege, 2008). Ancak yerini Çevre Dostu Turizm İşletme Plaketleri'nde olduğu gibi Yeşil Yıldız'a bırakmıştır (TÜROFED, 2017).

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

1800'lü yıllardan beri kirlenen dünyanın çevreye duyarlılık ve çevreci bir dikkatle daha iyi bir konuma getirilebileceği bir gerçektir. Sürdürülebilir bir dünya, korunan değer ve çevre bileşenleri için sürdürülebilir kalkınma önemlidir. Turizm ise gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkenin ekonomisine büyük katkı sağlayan sektörlerden olarak çevre ile yakından ilgili bir endüstridir. Bu nedenle deniz, kültür, ekoturizm ya da diğer turizm tipleri olsun kalkınan ve sürdürülebilir bir ekonomi ve sürdürülebilir bir çevre için sürdürülebilir bir turizm çözümüne ihtiyaç duyulmaktadır.

Turizmin gelişmekte olduğu destinasyonlarda sürdürülebilir gelişme anlayışı içinde planlama, iyi yönetim, izleme ve değerlendirme oldukça önemlidir. Genel olarak sertifikasyon sistemleri ile doğa korumanın ve yerel toplulukların net faydaları garanti altına alınır, turizmin özellikle doğal çevre için bir fırsat olduğu görüşü benimsenmektedir. Ziyaretçiler ve yerel toplumlar arasında eğitimin ve bilincin artırılması bu şekilde yerel çatışmaların azaltılmasına, doğanın korunmasına, Turizm Geliştirme Stratejisi ve eylem planının ülke veya bölgesel politikayla uyumlu hale gelmesine bağlıdır.

Bir turizm hareketinin sürdürülebilir olmasını, seçilen destinasyona gidiş, konaklama yapılan işletme, tüketilen ürünler ve turistlerin turizm hareketi süresindeki davranışları belirler. Tüketicilerce doğaya saygılı bir oluşumun seçkin olmakla birlikte topluma da saygılı olabileceği, tatildeki huzur bulma (foundpeace) kavramını eko-etiketlerdeki yeşil (green), mavi (blue) ve adil (fair) kelimeleri ile bağdaştırılabileceği unutulmamalıdır. Bu durumdan yola çıkarak kaliteli ve eğitilmiş turist çekmek isteyen işletmelerin tüketici tercihini geliştiren ve bilinçli tüketiciyi ortaya çıkaran eko-etiketlere göre uygulama ve ürün geliştirmesi gerekmektedir. Sonuç olarak, turizm sektöründeki başarılı eko-etiketlemeler bu sektörün itici güçlerinden biri olarak görülmektedir.

Sürdürülebilir bir turizm ancak; çevresel ve ekolojik anlamda sürdürülebilir, ekonomik anlamda uygulanabilir ve sosyal anlamda ise kabul edilebilir özelliklere bağlı olarak çevreci bir yönetim ve planlamalarla gerçekleşme olasılığına sahiptir (Gössling, 1999).

KAYNAKÇA

- Biodiversity (2017). Certification and Eco-Labeling, http://www.biodiversity.ru/coastlearn/tourism-eng/boxes/tools_cp_certification.html, Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2017.
- Can, S., Türker, N., Öztürk, S. ve Alaeddinoğlu, F. (2014). Tourists' Perception of Green Practices in Eco-Friendly Hotels: A Case Study from the Antalya Region of Turkey, *Journal of Tourism Challenges and Trends*, VII, (1):9-27.
- Cittaslow (2017). How to Become, <http://www.Cittaslow.org/content/how-become>, 30 Temmuz 2017.
- Cittaslow Türkiye (2017). Cittaslow Uluslararası Organizasyonu: Hareketin Başlangıcı, <http://Cittaslowturkiye.org/#Cittaslow>, Erişim Tarihi: 7 Mayıs, 2017
- DestiNET (2016). Sustainability in Tourism A Guide through the Label Jungle, <http://destinet.eu/who-who/civil-society-ngos/ecotrans/publications/guide-through-label-jungle-1/>, Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2017.
- Eagles, P.F.J., McCool, S. F. ve Haynes, C.D., (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*, First Edition, London: IUCN Gland.
- EU Eco-Label (2017). EU Eco-Label, <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/>, Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2017.
- Font, X. (2002). Environmental Certification in Tourism and Hospitality: Progress, Process and Prospects, *Tourism Management*, 23(3), 197-205.

- Font, X., Harris, C. (2004). Rethinking Standards from Green To Sustainable, *Annals of Tourism Research*, 31 (4), 986-1007.
- Gössling, S. (1999). Ecotourism: A Means to Safeguard Biodiversity And Ecosystem Functions?, *Ecological Economics*, 29(2), 303-320.
- Green Globe (2017). Green Globe, <http://greenglobe.com/>, Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2017.
- GreenKey (2017). GreenKey, <http://www.greenkey.global/>, Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2017.
- Güneş, G., Aslan, E. (2015). Sürdürülebilir Turizm ve Konaklama İşletmeleri için Yeşil Anahtar Eko-Etiketi. Oktay K., Avcı M., Tanrısever C, Aydoğdu A. ve Pamukçu H.(Ed.), *1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu* içinde (s: 608-617), Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi.
- Hürriyet Ege (2008). Turizm sektörüne "Beyaz Yıldız", <http://www.hurriyet.com.tr/turizm-sektorune-beyaz-yildiz-10006349>, Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2017.
- İMMİB (2017). EU Eco-Label, <http://ab.immib.org.tr/AB-Mevzuati-ve-Politikalari/Eko-etiket>, Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2017.
- Kından, A. (2006). Bir Eko-Etiket Olarak Mavi Bayrak'ın Türkiye Kıyı Turizminde Bir Pazarlama Unsuru Olabilirliğinin Araştırılması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. ANKARA ÜNİVERSİTESİ, ANKARA
- Kısa Ovalı, P. (2007). Kitle Turizmi Ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari Ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması, *Megaron*, 2(2), 64-79.
- Kozak, M. (2013). *Sürdürülebilir Turizm: Kavramlar-Uygulamalar*, İlk Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mavi Bayrak (2017). Mavi Bayrak, http://www.mavibayrak.org.tr/tr/icerikDetay.aspx?icerik_refno=10, Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2017.
- MoveIt (2017). Certification And Labels In Tourism, <https://www.move-it.eu/certification-and-labels-in-tourism>, Erişim Tarihi: 6 Mayıs, 2017.
- Organik Grup (2017). AB'nin Turizme Bakışı, http://www.organicgroup.eu/?dizayn=turizm_projeleri, Erişim Tarihi: 30 Mayıs, 2017.
- Özahmet, Ecehan. (2008). Dünyada Ve Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları, *Journal of Yaşar University*, 12(3), 1853-1876.
- Sasidharana, V., Sarikay, E., Kerstetter, D. (2002). Developing Countries And Tourism Ecolabels, *Tourism Management*, 23 (2), 161-174.
- SKD (2017). Sürdürülebilirlik İçin Eko Etiketler, <http://www.skdturkiye.org/ekoetiketrehberi.pdf>, Erişim Tarihi: 6 Mayıs 2017.
- TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014). Yeşil Yıldız, <http://tuyup.turizm.gov.tr/Yayinlar/Ye%20C5%9F%20Y%20C4%B1%20d%20C4%B1z%20Bilgi%20Bor%C5%9F%20C3%BCr%C3%BC.pdf>, Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2017.
- TourismReview (2016). EcoLabels in Tourism – Can be Trusted?, <http://www.tourism-review.com/eco-labels-in-tourism-can-be-trusted-news5084>, Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2017.
- Travel Life (2017). Travel Life, http://www.travelife.org/Hotels/landing_page.asp, Erişim Tarihi: 5 Mayıs 2017.
- Travel Life (2017). Travel Life, https://www.travelife.info/index_new.php?menu=certification&lang=en, Erişim Tarihi: 5 Mayıs 2017.
- Turizm Güncel (2017). <http://turizmguncel.com/haber/dunya-turizm-orgutu-acikladi-2017'de-dunya-turizmi-ne-kadar-buyuyecek-h30366.html>, Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2017
- TurizmDataBank (2016). Yeşil Yıldızlı Tesis Sayısı 307 Oldu, <http://www.turizmdatabank.com/haber/yesil-yildizli-otel-sayisi-2016>, Erişim Tarihi: 30 Temmuz 2017.
- TÜRÇEV (2017). Yeşil Anahtar, http://www.turcev.org.tr/V2/icerikDetay.aspx?icerik_id=94, Erişim Tarihi: 8 Mayıs 2017.
- TÜROFED (2017). <http://www.turofed.org.tr/>, Erişim Tarihi: 17 Mayıs 2017

- Visit (2004). Tourism Eco-Labeling in Europe – Moving the Market Towards Sustainability, http://ec.europa.eu/environment/life/project/Projects/index.cfm?fuseaction=home.showFile&ep=file&fil=LIFE00_ENV_NL_000810_LAYMAN.pdf, ErişimTarihi: 6 Mayıs 2017.
- Yılmaz, B. S., Yumuk, Y. (2013). Türk Turizm Pazarında Çevreye Duyarlı Bir Eğilim: “Yeşil Yıldız” Uygulaması ve “Yeşil Yıldız” Sahibi Otel İşletmeleri Üzerine Bir Değerlendirme. Karamustafa, K. (Ed.), 14. Ulusal Turizm Kongresi içinde (s:1288-1300), Kayseri: Erciyes Üniversitesi

ANKARA ATATÜRK KÜLTÜR MERKEZİ'NDE DÜZENLENEN İL TANITIM FUARLARINI ZİYARET EDENLERİN MEMNUNİYET DÜZEYLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: KASTAMONU GÜNLERİ ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Ahmet TAYFUN
Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşl. Bölümü
tayfun@gazi.edu.tr

Arş. Gör. Esin AYSEN
Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Sey. İşl. ve Tur. Reh. Bölümü
esinaysen@gazi.edu.tr

Arş. Gör. Burcu Ayşenur AKBULUT
Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Gast. ve Mutfak Sanatları Bölümü
burcuaysenur.akbulut@erdogan.edu.tr

Özet

Çalışmada Ankara AKM'de düzenlenen Kastamonu il tanıtım fuarlarını ziyaret edenlerin memnuniyet düzeylerini belirlemek, sosyo demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, gelir durumu, eğitim, memleket, yaşanılan yer, bilgi kaynakları ve önceki deneyimler) ortaya koymak ve memnuniyet düzeylerinin sosyodemografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, gelir durumu) göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Araştırmada, 17-19 Mart 2017 tarihleri arasında gerçekleşen Kastamonu Günlerini ziyaret eden 241 ziyaretçiye ulaşılmıştır. Çalışma kapsamında veri toplama aracı olarak anket formları kullanılmıştır. Toplanan verilerin analizinde yüzde, frekans, aritmetik ortalama, Cronbach alpha, ANOVA ve t testi kullanılmıştır. Ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin genel olarak olumlu olduğu görülmüştür. En yüksek ortalamanın “Kastamonu tanıtım günleri etkinliklerini yakın çevreme tavsiye edeceğim” ifadesinde, en düşük ortalamanın ise “Kastamonu Tanıtım Günleri'nde yiyeceklerin hazırlandığı ve sunulduğu ortamı hijyenik açıdan uygun buldum” ifadesinde olduğu belirlenmiştir. Ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin cinsiyet ve yaş durumlarına göre anlamlı bir farklılık görülmezken, gelir durumlarına göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: İl tanıtım fuarları, Kastamonu günleri, AKM, memnuniyet.

A STUDY ON SATISFACTION OF THOSE VISITING TO PROMOTIONAL FAIRS OF CITIES HELD IN ANKARA, AKM: THE SAMPLE OF KASTAMONU DAYS

Abstract

It is aimed to determinate the levels of satisfaction of those visiting to Kastamonu Days was held in AKM Ankara, the characteristics of socio demographic (gender, age, income, education, city, living place, information sources and former experiences) and discover whether their satisfaction levels change or not according to socio demographic characteristics (gender, age, income, city) in this study. It was reached 241 people who visited to Kastamonu Days which was held between March 17th-19th, 2017. In the context of the study, it was benefited from survey forms in order to collection of data. The data collected was analysed via percentage, frequency, arithmetic mean, Cronbach alpha, ANOVA and t-test. It was seen that the level of satisfaction of visitors regarding the fair was generally favourable. While the mention of “I m going to recommend the activity of Kastamonu Days my inner circle” has the highest mean, the lowest one is seen in the mention of “I think that the place where food is cooked and serviced is hygienically appropriate”. The level of satisfaction of visitors doesn't acquire any difference according to the situation of their gender and age. However it was found that their satisfaction about the fair demonstrated a significant difference according to income.

Key Words: Promotional fairs of cities, Kastamonu Days, AKM, satisfaction.

1.GİRİŞ

Turizmin gelişmesinde ve sürdürülebilir olmasında etkinlik turizminin katkıları göz ardı edilemez. Etkinlikler, şehrin imajını geliştirme, değiştirme yönünde etkilere sahiptir. Başlıca işlevleri arasında şehirlerin pazarlanması, turizm çekiciliği ve imaj yaratma unsurları yer alır (Karagöz, 2006).Şehirlerin pazarlanması ve turizme yönelik talep oluşturacak özelliklerinin sergilenmesi amacıyla hizmet eden etkinlikler arasında fuar, festival ve şenlikler etkili birer araçtır. Fuarlar, festivaller ve şenlikler, malların ve hizmetlerin tanıtılması için yapılan ve bir takım sosyal ve kültürel faaliyetleri içeren etkinliklerdir. Bu tür organizasyonların özgün niteliklerinden birisi; turizm amaçlı yer değiştirmelere neden olmasıdır. Türkiye genelinde bakıldığında her ne kadar kapsamı dar ve mahalli ya da bölgesel nitelikte olsalar dahi, bir bütün olarak ele alındıklarında, bu etkinlikler önemi gittikçe artan bir turizm hareketliliği oluşturmaktadır (Sarı, 2016: 96).

Türkiye’de çeşitli il ve ilçeler kendi adlarıyla etkinlikler düzenlemektedir. Bu organizasyonların yapılmasının temelinde, il veya ilçenin tanıtımının yapılabilmesi, ekonomik gelişmesinin sağlanması ve sahip oldukları tarımsal, doğal, kültürel, arkeolojik vb. potansiyelin değerlendirilerek turizm sektörünün geliştirilmesi yatmaktadır (Kızılırmak, 2006: 189). Söz konusu bu tanıma uygun özellik gösteren il tanıtım fuarları bu çalışmanın esas konusunu oluşturmaktadır. Araştırmada, il tanıtım fuarları kapsamında organize edilen “Kastamonu Tanıtım Günleri” ve bu etkinliğe katılan ziyaretçilerin fuara ilişkin memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Değişen yaşam koşulları ve gelişen teknolojiler neticesinde bir arada ve kalabalık yaşayan aile fertlerinin, birbirinden uzaklaşarak tekil veya çekirdek aile modeline doğru evrildiği bir çağda yaşanılmaktadır. Yoğun iş temposu, farklı uğraşlar ve uzak mesafeler, insanları giderek köklerinden uzaklaştırmakta, doğup yetiştiği yerlere yabancılaştırmaktadır. Bu durumun bir sonucu olsa gerektir ki insan ihtiyaçlarını karşılamada bir araç olan pazarlamanın; insanların memleket özlemini giderme, onlara nostaljiyi yaşatma gibi birtakım eğilimler içerisinde olduğu görülmektedir (Holbrook, 1993).Kişilere gidip göremedikleri ve özlem duydukları geçmişlerini tattırmaya yönelik bu pazarlama çabalarından bir tanesi de illerin tanıtıldığı fuarlar olmaktadır. Çoğu zaman büyük şehirlerde düzenlenen ve şehirlerin tanıtılması olarak adlandırılan bu tür etkinlikler, bir yandan söz konusu şehrin kültürel, tarihi ve daha birçok yönünü bilmeyen ziyaretçilere bir sunum niteliği taşıırken diğer taraftan da o şehrin hemşerilerini bu etkinliğe çekerek bir hemşeri buluşması, memleket özleminin giderilmesi ve farklı yörelerden gelen kimseler için kaynaşma imkanı sağlaması bakımından önemli sosyal amaçlara hizmet etmektedir. Esasen bu etkinliklere katılanların farklı yörelerden insanlardan oluşan bir yelpazeye dönüşmesi, sosyal bir ihtiyacın gün yüzüne çıktığının göstergesidir (Timur vd. 2014: 58).

İl tanıtım fuarları; söz konusu şehrin yerel markalarını ve yerli üretim ürünlerini bir araya getiren tanıtıcı etkinliklerdir. Hem etkinliğin düzenlendiği hem de etkinlikte tanıtılan şehrin ziyaretçiler tarafından deneyimlenmesine katkı sağlayan bu fuarlar aracılığıyla şehirlerin, kurum ve kuruluşların, kültürel, ekonomik, yöresel ve turizm faaliyetlerinin tanıtılıp bilinirliğini artırılması amaçlanmaktadır (Argan, 2007). Farklı yöreler, valilikler ve belediyeler hakkında tanıtıcı broşürlere, üniversitelerin stantlarına, gezi ve turizm rehberlerine erişim sağlanmasının yanı sıra, yerli üretici ve sanatçıların stantlarında tanıma imkânı bulunan yiyecek, giyim eşyası, müzik ve belgesel CD’leri, geleneksel el sanatları gibi yöresel ürünler de bu fuarları birer cazibe merkezi haline getirmektedir. Diğer bir yönüyle ele alındığında ise bu etkinliklerin; kalkınma, gelişme ve işsizlik sorununun çözümüne de katkı sağladığı bir gerçektir. Ayrıca bilinirliğin artması ve olumlu izlenimler bırakılması neticesinde illere yönelik daha fazla yatırımların yapılması da söz konusu olabilecektir(İri vd., 2011).

Kültür, tarih, doğa vb. gibi turizme konu olabilecek çekiciliklerde potansiyel sahibi destinasyonlar arasında turizmden pay alma noktasında rekabet yaşanmaktadır. Rekabetin ülkelerden ziyade artık bölgeler ve şehirlere hatta daha küçük birimlere kadar indiği görülmektedir (Gümüş, 2012). Kültürel ve tarihi geçmişi, yeşil doğası ve alternatif turizme konu olabilecek değerleri ile Türkiye’nin Batı

Karadeniz Bölgesinde yer alan Kastamonu İli de şehrin tanıtımı ve pazarlanması noktasında diğer illerde olduğu gibi istek ve gayretlere sahiptir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı, Ankara AKM’de il tanıtım günleri kapsamında düzenlenen Kastamonu Günleri’ni ziyaret edenlerin memnuniyet düzeylerini belirlemek ve sosyo demografik özelliklerini (cinsiyet, yaş, gelir durumu, eğitim, memleket, yaşanan yer, bilgi kaynakları ve önceki deneyimler) ortaya koymak ve memnuniyet düzeylerinin sosyo demografik özelliklerine (cinsiyet, yaş, gelir durumu) göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın uygulama alanı olarak; Ankara AKM’de düzenlenen il tanıtım günleri seçilmiş ve 17-19 Mart 2017 tarihleri arasında gerçekleşen Kastamonu Günlerini ziyaret eden 241 ziyaretçiye ulaşılmıştır. Çalışma kapsamında veri toplama aracı olarak anket formları kullanılmıştır. Anket formunda yer alan memnuniyet düzeyini belirlemeye yönelik kullanılan ölçek, Tayfun ve Arslan (2013)’in çalışmasından uyarlanmıştır. Hazırlanan anket formunda ziyaretçilerin demografik özelliklerine ilişkin veri toplamak amacıyla cinsiyet, yaş, eğitim durumu, gelir durumu, yaşadıkları yer ve memleketlerine ilişkin sorular sorulmuştur. Ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini belirlemeye yönelik ifadeler 5’li likert tipinde oluşturulmuştur. Toplanan veriler için güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach’s Alpha değeri 0,92 olarak bulunmuştur. Araştırmaya katılan örneklem grubundan elde edilen verilere uygulanan analizlerde; öncelikle tanımlayıcı istatistikler (frekans ve yüzde) kullanılmış ve verilerin normal dağılım sergilemesi göz önüne alınarak t testi ve Anova’dan yararlanılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

13. Kastamonu Tanıtım Fuarı’na ilişkin katılımlı gözlem ve ankete ilişkin elde edilen bulgular aşağıda yer almaktadır.

4.1. Kastamonu Tanıtım Fuarı Gözlemine İlişkin Bulgular

13’üncüsü düzenlenmiş olan “Başkent’te Kastamonu Günleri” adlı etkinlik, bu sene Ankara Atatürk Kültür Merkezi’nde (AKM) gerçekleştirilmiştir. Kastamonu Dernekler Federasyonu ve Kastamonu Belediyesi işbirliğinde “Size En Yakın 4 Mevsim” sloganına sahip Kastamonu Günleri 16 Mart – 19 Mart 2017 tarihleri arasında ziyaretçilerini ağırlamıştır. Etkinliğin açılışı 15 Mart Çarşamba günü saat 14.30’da gerçekleştirilmiştir. Dört gün boyunca devam eden etkinlikler kapsamında; çeşitli ikramlar, Kastamonulu sanatçıların konserleri, halk oyunları gösterileri, yöresel türküler, yöresel kıyafet defilesi, söyleşi ve imza günleri, yerel sanatçıların Kastamonu konulu resim ve fotoğraf sergileri, paneller ile slayt gösterileri yer almıştır. Tüm bunların yanında siyez bulguru, pastırması, ağaç işçiliği ve Taşköprü ilçesinin meşhur sarımsağı başta olmak üzere Kastamonu’ya has yerel ürünler ve değerler tanıtılarak, şehrin turistik yönleri öne çıkarılmıştır. Etkinliğin dördüncü günü olan 18 Mart’ın Çanakkale Şavaşı’nın 101. yıl dönümüne denk gelmesi nedeniyle, 1000 kişilik halk korosuyla Çanakkale türküleri seslendirilmiştir.

Ankara Atatürk Kültür Merkezi’nde özellikle sonbahar-ilkbahar dönemleri arasında gerçekleştirilen bu türden etkinlikler, her hafta (Perşembe-Pazar) söz konusu yöreye mensup olanlar ile farklı bölgelerden de iştirak eden oldukça geniş, çeşitli ve kemikleşmiş bir ziyaretçi kitlesine ev sahipliği yapmaktadır. Ancak ne yazık ki mekân özellikleri bakımından gözlemlendiğinde Atatürk Kültür Merkezi’nin iç ve dış mekanlarının eskimiş olması ve bakıma ihtiyaç duyması dikkat çekmektedir.

AKM’de düzenlenen fuarlar, çoğunlukla valilik kanalıyla yapılmaktadır. Valiliklerin yanı sıra tanıtım yapılacak ilin belediyesi ve dernekler öncülüğünde de organizasyonlar gerçekleştirilebilmektedir. Fuarlarda yaşanan problemler genellikle güvenlik, organizasyon ve bütçe temini ile ilgili olmaktadır (Çotur, 2017). Söz konusu bu sorunlar ise Valiliğin önderlik etmediği durumlarda açığa çıkmaktadır. Dolayısıyla il tanıtım fuarlarında bir standart benimsenmemekte, her ilin tanıtım fuar organizasyonu da birbirinden farklı sonuç, sorun ve memnuniyet durumları

oluşturabilmektedir. Konu, Kastamonu fuarı açısından ele alındığında, araştırma bulgularıyla da desteklendiği üzere fuar alanının temizliği, stantlarda hijyen, gıda güvenliği ve yiyeceklerin sunumu hususlarında ne yazık ki olumsuz manzaralar dikkat çekmiştir. Çadırlardan yükselen yoğun duman, fuar alanındaki ziyaretçileri rahatsız edecek boyutlara ulaşmıştır. Fuarda yer alan stantların dizilimi belli bir düzeni takip etmeksizin karmaşık bir görüntü oluşturmakla beraber fuarda yalnızca Kastamonu değil başkaca yörelere özgü ürün stantlarına da yer verilmiştir. Stantların giydirilmesi, ışıklandırılması ve ziyaretçilere bilgi verecek personelin yok denecek düzeyde az olması da fuar gözlemi kapsamında dikkat çeken diğer eksiklikler olmuştur.

4.2. Kastamonu Tanıtım Fuarı Anketine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan turistlerin sosyo demografik özellikleri incelendiğinde Tablo 1’de görüldüğü üzere ziyaretçilerin %58,5’ini erkekler, %41,5’ini ise kadınlar oluşturmaktadır. Gelir durumunda en yüksek oranın 1401-3000 TL arasında olduğu, yaş durumunda genç ve yaşlı katılımcılar arasında oransal olarak yüksek bir farkın olmadığı, eğitim durumunda ise lise mezunu olanların çoğunlukta olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Ankara AKM Ziyaretçilerinin Demografik Özellikleri

Cinsiyet	n	%	Gelir Durumu	n	%
Kadın	100	41,5	1400'den az	78	32,4
Erkek	141	58,5	1401-3000	112	46,5
Toplam	241	100,0	3001-4500	30	12,4
			4501-6000	13	5,4
			6001 ve üstü	8	3,3
			Toplam	241	100,0
Yaş	n	%	Memleket	n	%
18-25	60	24,9	Kastamonu	88	36,5
26-35	35	14,5	Ankara	38	15,8
36-45	37	15,4	İç Anadolu Bölgesi	49	20,3
46-55	50	20,7	Karadeniz Bölgesi	32	13,3
56 ve üzeri	59	24,5	Akdeniz, Ege ve Marmara Bölgesi	22	9,1
Toplam	241	100,0	Doğu ve Güney Doğu Bölgesi	12	5,0
			Toplam	241	100,0
Eğitim Durumu	n	%	Yaşadığı Yer	n	%
İlköğretim	47	19,5	Ankara	199	82,6
Lise	93	38,6	Kastamonu	28	11,6
Önlisans	21	8,7	Diğer İller	14	5,8
Lisans	68	28,2	Toplam	241	100,0
Lisansüstü	12	5,0			
Toplam	241	100,0			

Katılımcıların yaşadıkları yer ve memleket durumları incelendiğinde, % 82,6 ile Ankara'da yaşayanların çoğunlukta olduğu, memleket durumlarının ise %36,5 Kastamonu'da yoğunlaştığı görülmektedir.

Tablo 2: Ziyaretçilerin Kastamonu Günleri Etkinliğine Gelmelerini Etkileyen Bilgi Kaynakları

Bilgi Kaynakları	n	%
Sosyal Medya	32	13,3
Arkadaş ve Tanıdıklar	123	51,0
TV	13	5,4
Gazete ve Dergi	11	4,6
Reklam Panoları	62	25,7
Toplam	241	100,0

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin Kastamonu günleri etkinliğine gelmelerini etkileyen bilgi kaynaklarına bakıldığında Tablo 2'de görüldüğü üzere %51'inin Arkadaş ve Tanıdıklar aracılığıyla, % 25,7'sinin ise Reklam Panoları aracılığıyla bu etkinlikten haberdar oldukları görülmektedir.

Tablo 3: Ziyaretçilerin Kastamonu Tanıtım Günleri Motivasyonları, Önceki Deneyimleri ve Deneyim Tekrar Durumları

Ziyaretçi Motivasyonu	n	%	Önceki Deneyim		
Hediyelik eşya satın alma	10	4,1	Evet	113	46,9
Yöresel yemek tadımı	67	27,8	Hayır	128	53,1
Memleket özlemi	41	17,0	Toplam	241	100,0
Yöresel ürün satın alma	20	8,3	Deneyim Tekrarı		
Sosyal kaynaşma	49	20,3	1-5	62	54,9
Kastamonu yöresini her yönüyle tanıma	52	21,6	6-10	22	19,5
Diğer	2	,8	11 ve üzeri	29	25,6
Toplam	241	100,0	Toplam	113	100,0

Tablo 3'te AKM'de düzenlenen Kastamonu Tanıtım Günleri'ne gelen katılımcıların temel motivasyonları yer almaktadır. Gelen ziyaretçilerin %27,8'i yöresel yemek tadımı amacıyla geldiklerini belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan ziyaretçilere, araştırmanın yapıldığı yıl on üçüncüsü düzenlenen Kastamonu tanıtım günlerine daha önce gelip gelmedikleri sorulmuş ve %46,9'unun bundan önceki Kastamonu tanıtım günlerine de katıldıkları tespit edilmiştir. Daha önce Kastamonu günleri etkinliğine katılan ziyaretçilerin kaç kez katıldıkları sorulmuş ve yine Tablo 3'te görüldüğü üzere 1-5 kez arasında katılanların %54,9 oranında, 11 kez ve üzerinde katılanların ise %25,6 oranında olduğu belirlenmiştir.

Tablo 4: Katılımcıların Kastamonu Çağrışım Kategorileri

Kategoriler	n	%
1. Yöresel Ürünler	144	59,75
- Sarımsak	55	38,19
- Çekme helvası	23	15,97
- Diğer yöresel yiyecekler	57	39,58
- Yiyecek dışında yöresel ürünler	9	6,25
2. Kastamonu Doğası ve Tarihi	50	20,74
3. Milli Mücadele ve Manevi Şahsiyetler	26	10,78
4. Kastamonu İnsanına Özgü Dil	11	4,55
5. Memleket Özlemi	10	4,11
Toplam	241	100

Tablo 4’te katılımcıların Kastamonu çağrışım kategorileri yer almaktadır. Tabloda görüldüğü üzere Kastamonu ile ilgili en fazla çağrışım yapan unsurlar arasında *yöresel ürünler* ilk başta yer almaktadır. Tablo 4’te yöresel ürünler kategorisinde tek başına en fazla çağrışım yapan ürünlere göre bir sıralama yapılmıştır. Buna göre sarımsak, bu kategoride Kastamonu denildiğinde en fazla çağrışım yapan yöresel ürün olmuştur (n=55). Çekme helva ise tek başına bir ürün olarak değerlendirildiğinde en fazla çağrışım yapan ikinci yöresel ürün olmuştur (n=23). Yöresel ürünler kategorisinden sonra ise Kastamonu doğası ve tarihi en fazla çağrışım yapan ikinci unsur olmuştur. Kastamonu denildiğinde ilk akla gelenler arasında memleket özlemi ise en son sırada yer almıştır (n=10). Bu sonuçlar Kastamonu markası ve tanıtımı açısından önem arz etmektedir.

Tablo 5: Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Memnuniyet Ortalamaları

İfadeler (n=241)*	S.S.	
1. Kastamonu Tanıtım Günleri Organizasyonlarının iyi bir şekilde düzenlediğini düşünüyorum.	3,90	1,002
2. Kastamonu Tanıtım Günleri’ndeki etkinlikleri yeterli buldum.	3,76	1,045
3. Kastamonu Tanıtım Günleri programını ilgi çekici buldum.	3,96	1,081
4. Kastamonu Günleri’nde, Kastamonu ili tanıtımını iyi yapıldığını düşünüyorum	3,84	1,152
5. Kastamonu Tanıtım Günleri’nde satışa sunulan ürün ve hizmetlerin fiyatlarını bütçeme uygun buldum.	3,44	1,124
6. Kastamonu Tanıtım Günleri’nde tattığım yemeklerin kalitesini yeterli buldum	3,87	1,010
7. Kastamonu Tanıtım günlerinde satılan yöresel ürünlerin kalitesini yeterli buldum	4,00	0,946

8. Kastamonu Tanıtım Günleri'nde satılan yöresel ürünlerin çeşitliliğini yeterli buldum	4,05	0,984
9. Kastamonu Tanıtım Günleri'nde satılan yöresel ürünleri, gıda güvenliği ve hijyen koşullarına uygun buldum.	3,26	1,272
10. Kastamonu Tanıtım Günleri'nde yöresel ürünler hakkında verilen bilgileri yeterli buldum	3,56	1,237
11. Kastamonu Tanıtım Günleri'nde yöresel ürün satıcılarını temiz ve bakımlı buldum.	3,46	1,221
12. Kastamonu Tanıtım Günleri'nde satıcıların davranışlarını olumlu buldum	3,88	1,115
13. Kastamonu Tanıtım Günleri'nde yiyeceklerin hazırlandığı ve sunulduğu ortamı hijyenik açıdan uygun buldum.	3,21	1,258
14. Kastamonu Tanıtım Günleri'nin yapıldığı yere kolay bir şekilde ulaştım.	4,32	0,905
15. Kastamonu Tanıtım Günleri beklentilerimi karşıladı.	4,06	0,977
16. Kastamonu Tanıtım günlerine gelmekle iyi bir karar verdiğimi düşünüyorum.	4,30	0,849
17. Kastamonu Tanıtım günlerinden genel olarak memnunum.	4,30	0,863
18. Kastamonu Tanıtım Günleri Etkinliklerini yakın çevreme tavsiye edeceğim.	4,39	0,938
Genel Ortalama	3,86	0,715

*** 5'li likert tipte sorulmuş sorular 1 Hiç Katılmıyorum; 2 Katılmıyorum; 3 Orta Düzeyde Katılıyorum; 4 Katılıyorum; 5 Tamamen Katılıyorum' u ifade eder.**

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin, AKM'de il tanıtım günleri olarak düzenlenen Kastamonu Günleri'ne ilişkin memnuniyet düzeyleri Tablo 5'te yer almaktadır. İfadeler incelendiğinde; en yüksek ortalamanın "Kastamonu tanıtım günleri etkinliklerini yakın çevreme tavsiye edeceğim" ifadesinde olduğu, en düşük ortalamanın ise "Kastamonu Tanıtım Günleri'nde yiyeceklerin hazırlandığı ve sunulduğu ortamı hijyenik açıdan uygun buldum" ifadesinde olduğu görülmektedir. Genel ortalamaya bakıldığında ise etkinlikle ilgili memnuniyet düzeylerinin genel olarak olumlu olduğu söylenebilir.

Tablo 6: Araştırmaya Katılan Ziyaretçilerin Memnuniyet Düzeylerinin Cinsiyet, Yaş ve Gelirlerine Göre Farklılaşma Durumu

	Cinsiyet	n	s.s.	t	p
	Kadın	100	3,93	0,690	1,240
Erkek	141	3,81	0,731		
Toplam	241	3,86	0,715		
	Yaş	n	s.s.	F	p
	18-25	60	3,85	0,590	1,327
26-35	35	3,84	0,544		
36-45	37	4,10	0,745		
46-55	50	3,78	0,733		
56 ve üzeri	59	3,80	0,861		
Toplam	241	3,86	0,715		
	Gelir Durumu	n	s.s.	F	p
	1400 TL'den az	78	3,96	0,674	3,677
1401-3000 TL	112	3,89	0,701		
3001 TL ve üzeri	51	3,63	0,766		
Toplam	241	3,86	0,715		

Araştırmaya katılan ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinde cinsiyet, yaş ve gelir durumuna göre farklılaşma olup olmadığını belirlemek için analizler yapılmış ve sonuçlar Tablo 6’da verilmiştir. Cinsiyet değişkeni ve yaş değişkeni açısından ziyaretçilerin memnuniyetlerinde, %5 önem düzeyinde anlamlı olarak farklılaşma görülmezken, gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılaşma söz konusudur. Bu farklılaşmanın kaynağını tespit etmek için Post Hoc testlerine başvurulmuştur. Yapılan analizler sonucunda gelir durumundaki farklılaşmanın “3001 TL ve üzeri” gelire sahip olanların “1400 TL’den az” gelire sahip olanlara nazaran daha düşük ortalamalara sahip olmasından kaynaklandığı tespit edilmiştir. Yüksek gelir düzeyindekilerin diğer gruplara göre bu etkinlikten daha az memnun kaldıkları söylenebilir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Ankara Atatürk Kültür Merkezi (AKM)’nde düzenlenen çok sayıda fuardan birisi olan Kastamonu Fuarı, “13. Kastamonu Tanıtım Günleri” başlığı ile düzenlenmiştir. Fuara ilişkin yapılan katılımlı gözlem bulguları neticesinde, bu tür organizasyonların nasıl düzenlendiği ve ne tür sorunlar ile karşılaştığı ile ilgili detaylı neticelere ulaşılmıştır. AKM’de düzenlenen bu tanıtım günleri etkinliklerinin organizasyon ayağını çoğunlukla Valilikler, Belediyeler bazen de iş birliği içerisinde olan dernek ve kuruluşlar tarafından üstlenilmektedir. 13. Kastamonu Tanıtım Günleri Etkinliğine ilişkin araştırmacılar tarafından gözlemlenen en dikkat çekici husus ne yazık ki fuar alanının özensizliği ve kirli hava problemi olmuştur. Stantların karmaşık olarak dizilimi diğer bir ifade ile dizilim yapılırken stantları herhangi bir kategoriye ayırma (yeme-içme, hediyelik eşya vs. olarak) endişesi güdülmemiştir. Fuarda ve stantların başında ziyaretçilere bilgi verecek ve sunum yapacak kişilerin çok az olması da bir sorun olarak göze çarpmıştır. Karşılaşılan bir örnekte olduğu gibi yöresel ürün tanıtımında yer alan bir görevlinin tanıttığı ürün ile alakalı yeterli bilgiye sahip olmaması ve ilgi yoksunluğu dikkat çekmiştir. Ziyaretçilerin fuar alanında gezinme, yeme-içme faaliyetlerini kötü yönde etkileyen bu izlenimler, ziyaretçilerin tekrar katılma niyetlerine olumsuz anlamda etki edebilecektir.

13. Kastamonu Tanıtım Günleri Etkinliğini ziyaret edenlerin %41,5’i kadın, %58,5’i erkeklerden oluşmaktadır. Yaş durumuna göre fuara en yüksek katılım genç (18-25) ve yaşlılar (56 ve üzeri) tarafından gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların gelir durumu dağılımında ise en yüksek sırayı 1401-3000 aralığında olanlar almıştır. Gençlerin yoğunlukla katıldığı bu fuarda, gelir aralığının (1401-3000) da bu genç katılımcı grubunu temsil ettiği gözlemlenmiştir. Ziyaretçilerin %38,6’sını lise mezunu bir çoğunluk oluşturmaktadır.

Fuara katılanların çok büyük bir kısmı Kastamonulu ziyaretçilerden oluşmaktadır. Bu sonuç diğer illere yönelik düzenlenen tanıtım günü etkinliklerinde de benzer şekilde ortaya çıkmaktadır. Geline durum itibariyle bu organizasyonlar çoğu zaman yerel bir kapsamın dışına çıkamamış ulusal bir niteliğe tam anlamıyla kavuşamamıştır. Bu sonucun gelişmesinde etkinliklerin tanıtım ayağındaki kısıtlılıkların büyük oranda etkili olduğu düşünülmektedir. Zira Fuardan nasıl haberdar olduğuna ilişkin elde edilen bulgular, arkadaş ve tanıdıklar olmasa diğer kaynakların son derece yetersiz kalacağını destekleyen türdendir. Arkadaş ve tanıdıklar yoluyla fuardan haberdar olanların oranı en yüksek olup %51’dir. Reklam ve tanıtımın önemli unsurları olan sosyal medya, broşür, pano, gazete-dergi, TV yoluyla fuar hakkında bilgi sahibi olanlar azınlıktadır. Geçmişten gelen usul ve yöntemler ile böylesi organizasyonları geniş kitlelere duyurmak ve bunun da ötesinde katılımlarını sağlamak giderek zorlaşmaktadır. Dolayısıyla teknolojik ilerlemelerin hızlı olduğu bir dönemde bu görsel ve işitsel medya unsurlarını yaratıcı bir şekilde kullanmak, iyi bir algı yönetimi oluşturmada son derece etkili olacaktır.

Fuara gelenleri tetikleyen sebepler arasında ilk sırayı yöresel yemek tadımı almıştır. Ziyaretçilerin %27, 8’i fuara Kastamonu’ya özgü yiyecekleri tatmak için gelirken fuar alanında yapılan yiyeceklerin hijyen güvenliği açısından soru işaretleri oluşturması ise fuarların devamlılığı açısından endişe vericidir. Fuar geliş sebepleri arasında diğer etkenler ise %21,6 ile Kastamonu yöresini her yönüyle tanıma ve %20,3 ile sosyal kaynaşma olmuştur. Fuara gelen ziyaretçilerin

yarıdan fazlası daha önceki Kastamonu Tanıtım Günleri'ne katılmamıştır. %46,9'unun ise önceki Kastamonu Günlerine de iştirak ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Kastamonu denildiğinde ziyaretçilerin aklına ilk gelen unsur, yöresel ürünler olmaktadır. Bu kategoride verilen cevaplar tek bir ürün olarak değerlendirildiğinde sarımsak, ziyaretçilerin zihninde en çok çağrışım yapan yöresel üründür. İkinci sırayı ise çekme helva almıştır. En az çağrışım yapan unsurun ise memleket özlemi olduğu belirlenmiştir. Ziyaretçilerin, Kastamonu Tanıtım Günlerine ilişkin memnuniyetlerini belirlemek üzere hazırlanmış ölçekte 18 ifade yer almaktadır. İfadeler incelendiğinde en yüksek ortalamaya “Kastamonu Tanıtım Günleri etkinliklerini yakın çevreme tavsiye edeceğim” ($x = 4,39$) ifadesi sahip olmuştur. Bu durum katılımcıların, fuara yönelik genel memnuniyetlerinin olumlu olduğuna ilişkin önemli bir ipucu vermektedir. Ancak diğer taraftan en düşük ortalamaya sahip ifadenin “Kastamonu Tanıtım Günleri'nde yiyeceklerin hazırlandığı ve sunulduğu ortamı hijyenik açıdan uygun buldum” ifadesinde olması daha önce araştırmacıların gözlemlediği bulgular ile uyumuş, bu olumsuz özellik ziyaretçilerin de dikkatinden kaçmamıştır. İkinci olarak en düşük ortalamanın “Kastamonu Tanıtım Günleri'nde satılan yöresel ürünleri, gıda güvenliği ve hijyen koşullarına uygun buldum” ifadesinde olduğu göz önüne alınırsa; yiyecekler, bunların hazırlandığı ve servis edildiği alanlar hijyen koşulları bakımından ziyaretçiler nezdinde memnuniyetsizlik oluşturmuştur. Dolayısıyla bu durumun organizasyonu düzenleyen kamu kurumları ve iş birliğindeki dernek/kuruluşlar tarafından yakından takip edilmeli, fuar alanının temizliği ve gıdaların hijyen koşullarına uygunluğunun denetlenmesi sağlanmalıdır. Fuar ile ilgili diğer tüm hususlarda ise ziyaretçilerin genel memnuniyet düzeylerinin olumlu olduğu söylenebilir.

Ziyaretçilerin fuardan memnun olma durumlarının cinsiyet, yaş ve gelir durumuna göre farklılık oluşturup oluşturmadığına yönelik yapılan bulgular neticesinde ise yalnızca gelir durumlarına göre anlamlı bir farklılaşma ortaya çıkmıştır. Şöyle ki “3001 TL ve üzeri” gelire sahip olanların “1400 TL'den az” gelire sahip olanlara nazaran daha düşük ortalamalara sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifade ile yüksek gelir düzeyine sahip olanların diğer gruplara göre bu etkinlikten daha az memnun kalmışlardır.

Kastamonu da dahil olmak üzere düzenlenen İl tanıtım günlerinin büyük çoğunluğu belli bir kapsamda sıkışmakta, insan çeşitliliği yaratmada zayıf kalmaktadır. İl tanıtım fuarları aracılığıyla gerek Ankara gerekse tanıtımı yapılan il için çok sayıda fırsatın yolu açılmaktadır. 2023 Turizm Stratejisi'nde de görülebileceği üzere fuar turizmi hedef olarak belirlenen ve öncelik olarak sıralanan alternatif turizm çeşitleri arasında yer almıştır (Kılıç ve Kurnaz, 2010: 41).

Etkinliğin her türüsünde olduğu gibi fuarlarda da organizasyonun yapılacağı şehir, bir çok kriter bakımından gözden geçirilmelidir. Bu kriterlerden en önemlileri konaklama imkanlarının yeterli olup olmadığı, şehrin ulaşım imkanları ve dışarıdan gelenlerin (turistlerin) yardımcı hizmetleri kolayca alabilme imkanı, bölge insanının tutum ve davranışları olarak sıralanabilmektedir. Tüm bu kriterler göz önüne alındığında, bir başkent olarak Ankara sadece il tanıtım günleri değil çok daha büyük çapta etkinliklere ev sahibi yapabilecek kapasiteye sahiptir (Öztürk ve Yazıcıoğlu, 2002: 3). İl tanıtım fuarlarının 3 ila 5 gün aralığında devam ettiği göz önüne alınırsa etkinliğin yapıldığı şehir olan Ankara açısından bir turizm hareketliliği oluşturması muhtemeldir. Ancak böylesi bir etki için il tanıtım fuarlarının ulusal boyutta tanıtılması yalnızca o yöreden insanların katılımı ile sınırlı kalmaması gerekmektedir. Diğer taraftan yöre dışından katılımların arttığı durumlarda beklentilerin de yüksek olabileceği ihtimaliyle daha önce de bahsedildiği üzere fuar alanının ulaşılabilirliği, görsel dizaynı, fuar görevlilerinin nicelik ve nitelik bakımından yeterliliği ve elbette ki en çok heyecan yarattığı düşünülen (Kastamonu Günlerine katılımında en yüksek motivasyon unsuru olduğu araştırma bulgularıyla sabittir) yiyecek-içecek sunumu konusunda koşulların iyileştirilmesi gerekmektedir. Söz konusu fuarlarda yaratıcı fikir ve uygulamaların, eğlence ve sosyal kaynaşmanın var olduğu ziyaretçilere tecrübe edilebilirse, onlarda tekrar katılma isteği uyanacak ve memnuniyetini daha geniş kitlelere duyurmaları sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

- Argan, M. (2007). *Eğlence pazarlaması*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Gümüş, N. Bir Şehir Olarak Kastamonu'nun Pazarlanmasında Öne Çıkan Değerler. Kastamonu'nun Doğal Zenginlikleri Sempozyumu, 16-17 Ekim 2012.
- Holbrook, M. B. (1993). Nostalgia and consumption preferences: Some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, 20 (2), 245-256.
- İri, R., İnal, M. E., Türkmen, H. (2011). Şehir pazarlamasında bilinirliğin önemi: Niğde yöresinin bilinirliğinin ölçülmesine yönelik bir araştırma. *Niğde Üniversitesi İ.İ. B.F. Dergisi*, 4(1), 81-96.
- Çotur, İsa. (2017). Ankara Akm Fuarları Nasıl Düzenleniyor?, <http://isacotur.tr.gg/Ankara-Akm-Fuarlari-Nasil-Duzenleniyor>, Erişim Tarihi: 07 Temmuz 2017.
- Karagöz, D. (2006). Etkinlik turizmi ve etkinlik turizmi bağlamında yabancı ziyaretçi harcamalarının ekonomiye etkisi: Formula 1 2005 Türkiye Grand Prix örneği, Yüksek Lisan Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Kılıç, B. ve Kurnaz, A. (2010). Alternatif turizm ve ürün çeşitliliği oluşturmada ekolojik çiftlikler: Pastoral vadi örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 2(4), 39-56.
- Kızılırmak, İ. (2006). Türkiye'de düzenlenen yerel etkinliklerin turistik çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir inceleme. *Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 15, 182-196.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte olan ülkeler için alternatif turizm faaliyetleri üzerine teorik bir çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı 2, 183-195.
- Sarı, C. (2016). Antalya'da fuarlar, festivaller ve yayla şenliklerinin alternatif turizmin gelişmesindeki rolü. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8 (15), 96-111.
- Tayfun, A. ve Arslan, E. (2013). Festival turizmi kapsamında yerli turistlerin Ankara Alışveriş Festivali'nden memnuniyetleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 191-206.
- Timur, N., Çevik, S. ve Kıcıır, G. (2014). Etkinlik turizmi: kültür başkenti etkinliklerinin başarı unsurları üzerine bir değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2 (1), 56-83.

SIİRT İLİNİN GASTRONOMİ AÇISINDAN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ANALİZİ: BÜRYAN ÖRNEĞİ

Öğr. Gör. Kerim COŞKUN
Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO
kerimcoskun@siirt.edu.tr

Öğr. Gör. Soner KÜNÇ
Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO
snr.knc@hotmail.com

Öğr. Gör. Süleyman ÇELİK
Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO
celik.slymn@gmail.com

Öğr. Gör. Safa ACAR
Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO
safaacar@siirt.edu.tr

Özet

Önemi giderek artan gastronomi, toplumun mutfak kültürünü turistlere sunarak şehirlerin tanıtımına katkı sağlamada etkili bir yöntemdir. Mutfak kültürü zengin olan şehirler turizmde büyük bir avantaj sağlamaktadır. Bu sayede şehirlerin yöresel yemekleri turizm için misafirlere sunulurken insanların seyahate eğilimleri de her geçen gün giderek artmaktadır. Bu yönüyle yöresel yemeklerin lezzet, görüntü ve sunum teknikleri açısından korunması şehirlerin gastronomi açısından sürdürülebilirliğinin sağlanması noktasında önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Araştırmanın içeriği olarak: Sürdürülebilir turizm, Siirt mutfak kültürü, büryan kebabı ve yapılışı ile büryan kebabının yazılı kaynaklardaki yeri literatür açısından değerlendirilmiştir. Çalışmanın temel amacı kapsamında Siirt ilinin ön plana çıkan yöresel yemeği olan büryanın gastronomi unsuru olarak sürdürülebilirliği analiz edilmiştir. Veri toplama yöntem ve tekniklerinden görüşme (mülakat) yöntemi kullanılarak Siirt'te yer alan Büryan salonu işletmecileri ve ustalar ile görüşülmüştür. Araştırma sırasında elde edilen veriler neticesinde büryanın sürdürülebilirliği için kullanılan hayvanın yaylak olması, doğru besicilik tekniklerinin kullanılması, kuyunun içi ve çevresinin pişirme teknikleri açısından önemi ve büryan ustası mesleğinin gelecek nesillere aktarılması için usta yetiştirilmesi önerisinde bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Gastronomi, Yöresel Yemekler, Büryan.

AN ANALYSIS OF SUSTAINABILITY IN TERMS OF GASTRONOMY OF SIIRT PROVINCE: EXAMPLES OF BÜRYAN

Abstract

Increasing gastronomy is an effective way of contributing to the promotion of cities by presenting culinary arts to tourists. Cities with rich culinary culture provide a great advantage in tourism. While the local dishes of the cities are presented to the guests for tourism, the tendency of people to travel is increasing day by day. In this respect, the preservation of regional dishes in terms of taste, display and presentation techniques presents an important issue in terms of ensuring the sustainability of cities in terms of gastronomy. As the content of the research: Sustainable tourism, Siirt culinary culture, büryan kebab and its construction and the place of written sources of büryan kebab have been evaluated from the literature point of view. Within the scope of the main objective of the study, the sustainability of the culinary region of Siirt province as a gastronomic element was analyzed. It was discussed with Büryan hall operators and masters in Siirt using interview method from data collection methods and techniques. As a result of the data obtained during the research, the following suggestions were made for the sustainability of büryan kebab: The animal must be fed on the plateau, Use of correct fattening techniques, Attention should be paid to the techniques of cooking meat in the well, Büryan kebab master must be educated as a master to transfer the profession to future generations.

Key Words: Sustainable Tourism, Gastronomy, Local Food, Büryan.

1. GİRİŞ

Turistlerin herhangi bir ülkeye ya da bölgeye seyahat etmesini sağlayan ve cazip kılan birçok faktör vardır. Doğal güzellikler, iklim, tarihsel ve sanatsal yapılar, spor faaliyetleri, eğlence ve festivaller bunların başında gelirken, günümüzde kültürel ve yöresel yemekler de turistleri etkilemeye başlamaktadır (Cömert, 2014). Öyle ki sadece o bölgede meşhur olan yöresel yemek kültürünü deneyimlemek için bile seyahat etmek istemektedirler (Yüncü, 2010).

Dilimize Fransızcadan girdiği bilenen gastronomi kelimesini ele aldığımızda Yunanca “gastri (karın)” ile “nomos (kanun, yönetim)” kelimelerinden oluştuğu anlaşılmaktadır. Kelimenin lügat anlamı ise “yemeği iyi yeme merakı; sağlığa uygun, iyi düzenlenmiş, hoş ve lezzetli mutfak, yemek düzeni ve sistemi” anlamlarına gelmektedir. Günümüzde ise bilimsel sahadaki kullanımı ile “yiyecek içecek bilimi veya sanatı” olarak karşımıza çıkmaktadır (Kivela ve Crotts, 2006).

Gastronomi kavramının tarihi çok eskilere dayansa da bu kavramın turizm ile tanışması ve turizm açısından farklı bakış açıları ile ele alınması son yıllarda görülmektedir (Sarıışık ve Özbay, 2015). Özellikle günümüzde gastronomi turizmi kavramı akademik disiplin olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Çalışkan ve Yılmaz, 2016).

Yapılan bir çok araştırma yöresel tatların, destinasyon için sürdürülebilir turizme önemli ölçüde katkı sağladığını da göstermektedir (Ballı, 2016). Yöresel tatlar ve lezzetler açısından oldukça zengin olan Türk mutfağı ise destinasyon açısından önem arz etmektedir. Türk mutfağının, dünyanın en zengin mutfakları arasında yer alması destinasyon açısından markalaşmasına önemli katkı sağlayacaktır (Güzel, 2009).

Kısacası gastronomi turizminin çekici bir imajla gelişmesi, ülkelere hem turizm hem de kendi kültür ve değerlerinin sürdürülebilirliği açısından katkı sağlamaktadır.

2. LİTERATÜR

2.1. Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilirlik artık günümüzde birçok alanda ve sektörde karşımıza oldukça sık çıkmaktadır: Tarım, turizm, ekonomi, teknoloji, savunma... v.s. Bunun en belirgin ortak niteliği bu alanlarda konu alan unsurları koruma ve geleceğe taşıma çabasıdır. Böylece o alanın hem kaynakları hem de faydaları artırılarak gelecek nesillere aktarılabilir (Beyhan ve Ünügür, 2010).

Sürdürülebilirlik kavramını ele aldığımızda genel olarak şöyle bir tanım karşımıza çıkmaktadır: Belirli bir toplumun, ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan veya sistemin ana kaynaklarına aşırı yüklenmeden, aşırı kullanım ile tüketmeden devam ettirebilme, bu durumu sürdürülebilir yeteneğidir (Kaypak, 2012; Sezgin ve Karaman, 2008).

Gerek bölgesel kalkınma gerekse ülke ekonomisi açısından önemli bir sektör olan turizm, gelişme ve kalkınma ile birlikte başka sektörleri de tetikleyici ve katkı sağlayıcı durumdadır. Özellikle ekolojik çevre ve ekonomi ile iç içe geçmiş olması kalkınmanın devamı açısından sürdürülebilirliği zorunlu kılmaktadır (Atalık ve Gezici, 1994).

Sürdürülebilir turizm ise turist ve ziyaretçilere kaliteli ve özgün deneyim kazandırmanın yanında turizm kaynaklarının kirletilmeden, tamamen tüketilmeden, içi boşaltılıp bitirilmeden gelecek nesillerin ve ziyaretçilerin kullanabilmesini sağlayacak şekilde düzenlenip, bütün doğal ve kültürel kaynakların tamamını koruyarak yönetilen bir sistem, bir oluşum olarak tanımlanabilmektedir (Karadeniz, 2014; Özgüç, 2007; Güneş 2008). Kısacası turizmin sürdürülebilirliği ilgili turizme sebep olan her ne ise yerel, bölgesel ve ülkesel değerlerinin bilinip korunması, geliştirilmesi ve çekiciliğinin her dönem aralıksız devamlılığının sağlanması anlamına gelmektedir (Sezgin ve Karaman, 2008).

Turizmin önemli bir parçası olan yemek kültürü, bazı turistler için destinasyon noktasını belirlemede önemli bir unsur haline gelirken bu durum yerel tüketimi, rekabeti ve hizmet kalitesini canlı tutup şüphesiz aynı zamanda yerel halkın gelir düzeyine de katkı sağlamaktadır (Yüncü 2010).

2.2. Siirt Mutfak Kültürü

Ülkemizin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Siirt şehri, Güneydoğu Torosların kenar kıvrımlarına kadar ulaşan coğrafik konumu ile bu bölgenin yemek kültürü ile iç içe kaynaşmış durumdadır. Tarihte Mezopotamya krallıklarının da Siirt kültürü üzerinde etkili olması günümüz Siirt mutfağının kendine özgü türüne ulaşmasında önemli rol oynamıştır (Özgen ve Karadoğan, 2009).

Siirt mutfağı kendine has yemek türleri ile oldukça zengin bir mutfak kültürüne sahiptir. Bu yemeklerin başında şunlar gelmektedir: Büryan (Perive), Siirt Köftesi, Sarmısaklı Köfte, Perde Pilavı, Ayranlı Yarma, Bumbar ve içli köfte (kitel). Tatlılar olarak ise Varak Kek, Aside, Rayoşul Meketip ve İmçerket öne çıkmaktadır (TÜİK, 2013; Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2011).

2.3. Büryan Kebabı ve Yapılışı

Büryan kebabı, arapça da “periva”, ülkemizde de “püryan, pıryan ya da biran” olarak telaffuz edilen bir et kebabı türüdür. Kastamonu yöresinde kuyu kebabı, Siirt ve Bitlis civarında ise büryan olarak bilinmektedir. Kısacası yöreden yöreye değişik şekilde telaffuz edilse de hemen hemen aynı şekilde yapılan kuyu kebabının bir çeşididir (Wikipedi, 2017).

Anadolu'nun bazı yerlerinde yapılan tandır kebabından çok farklı bir şekilde yapılan büryan için Bitlis yöresinde “Hevur” denilen erkek oğlak eti veya hiç doğurmamış keçi diye bilinen “tiştîr” tercih edilirken Siirt yöresinde ise erkek kuzu eti kullanılmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

Bu yörelerde büryan genellikle yazın ve sonbaharın başlarında tüketilir. Bu mevsimlerde canlı hayvan hem besili, hem de taze ve tabii otlarla beslendiğinden eti güzel daha lezzetlidir. Kış aylarında ise besi hayvancılığı yapıldığından dolayı fazla rağbet görmemektedir (Bitlis TSO, 2017).

Bitlis ve Siirt yöresinde büryanın yapılışı ise şu şekildedir:

Büryan eti bir gün önceden hazırlanır ve bir bütün olarak hayvanın etleri, kopmayacak şekilde sarkıtılır. Bu şekilde bolca tuzlanarak dinlendirmeye bırakılır. Kuyu içerisinde tercihen meşe odunu yakılarak, odun ateşi köz haline getirilir. Oğlak/kuzu etinin (yarım gövde) but ve kol kısmı ayrıldıktan sonra, leğen kemiği bırakılarak diğer kemiklerden sıyrılır. Kemikli etler, kuyunun tabanında kuyuya yerleşebilecek büyüklükte kulplu bakır kazan içerisinde konur, su ilave edilerek köz üzerine yerleştirilir. Kemiksiz etler, çember şeklinde bulunan demire yerleştirilmiş çengellere, 10-15 tane yarım gövde, leğen kemiğinden asılır ve kuyu içerisinde havada kalacak şekilde duvarlara değmeden daldırılır. Kuyunun üstü metal kapak ile kapatılarak kenarları kül ile sıvanır. Pişme esnasında etin yağı, kazanın içine damlayarak, kuyu içerisinde duman oluşmadan etin daha lezzetli pişmesi sağlanır. Ortalama 2-2.5 saat sonra pişen kemiksiz etler, kuyudan çıkarılarak tezgah üstüne asılır. Bıçak ile istenilen miktar kadar kesilerek tartılır ve kuşbaşı büyüklüğünde pide ekmek üzerine doğranarak, tuzlanıp taş fırında ısıtıldıktan sonra servis yapılır. Ortalama 3-3.5 saat sonra, kazan kuyudan çıkarılarak, pişen kemikli etler bir tepsi içerisinde tezgaha konur ve istenilen miktar kadar tartılarak, pide ekmek üzerinde tuzlanıp, taş fırında ısıtılarak servis yapılır (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2011).

2.4. Büryanın Yazılı Kaynaklardaki Yeri

Kubbealtı lügatine göre dilimize Farsçadan geçtiği anlaşılan “biryan/büryan” kelimesi lügatte kebab, kebab olmak, kavurmak, yanmak manalarında kullanılmaktadır (Ayverdi, 2016).

Evliya Çelebi'nin 1650'lerde Bitlis'e gerçekleştirdiği seyahatin detaylarını, Bitlis Kürd beyliği, konumu, şatafatı ve kültürü olarak Seyahatname adlı eserinde görmekteyiz. Bu anlatım sırasında Çelebi, yemek kültürüne de atıfta bulunmakta ve Melek Ahmed Paşa onuruna verilen ziyafette sunulan yemekte biftek, büryan kebabı ve zerde büryan pilavı yemeğinden söz etmektedir (Dağlı ve Kahraman, 2001).

Başka bir rivayette ise “4. Murad'ın, Revan Seferi (1635) sırasında Bitlis'e geldiğinde halkın kendisine verilen ziyafette derince bir çukurun içinde hava almadan pişirilmiş kuzu yada oğlak eti

ikram edilir. Padişah bu yemeği çok beğendiğini, “Büryan gibi pişmiştir” demesi üzerine o günden sonra bu yemek hep yapılmış ve adına büryan denilmiştir (Bitlis Valiliği, 2017).

Tasavvuf edebiyatı şairlerden Niyazi-i Mısrî (1618-1694) ise bir şiirinde şöyle demektedir (Altuntaş, 2011):

*Bir ticaret yapmadım, nakd-i ömür oldu hebâ,
Yola geldim, lâkin göçmüş cümle kervan bihaber.
Ağlayıp, nâlân edip, düştüm yola tenhâ, garip,
Dîde giryan, sîne biryan, akıl hayran, bihaber.*

Son satırda geçen “Göz yaşlı, göğsüm kebab, akıl hayran, habersiz” ifadeleri de bize büryanın yine 17. yüzyıllardan beri kullanıldığını gösteriyor (Emre, 2015).

Son olarak büryan kelimesi kebab manasında yazılı kaynaklarda divan edebiyatının oluşum devresinin önemli isimlerinden Şeyhî'nin (d.1371-76? - öl. 1431?) bir gazelinde şu beyitte geçmektedir (Esir, 2006):

*Hayâl-i çeşm-i mahmûrun oturup dil otağında
Ciger büryân edip her dem kabağım pür- şarâb eyler*

Yani: Mahmûr gözün hayali gönül otağında oturup daima ciğerimi büryan edip kabağımı şarap ile doldurur. 1371-1431 yılları arasında yaşamış Şeyhi'nin beytinde büryan kelimesinin geçmesi büryan kebabının daha eski dönemlere kadar gittiğini de ayrıca göstermektedir (Özkan, 2009).

3. ARAŞTIRMANIN AMACI ve YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı, Siirt ilinin ön plana çıkan yöresel yemeği olan büryanın gastronomi unsuru olarak sürdürülebilirliğinin analizidir. Veri toplama yöntem ve tekniklerinden ise görüşme (mülakat) yöntemi kullanılarak Siirt'te yer alan Büryan salonu işletmecileri ve ustalar ile görüşülmüştür.

Büryanın sürdürülebilirliğini incelemek amacıyla Siirt ilinde yer alan Büryan salonu işletmecileri ve ustaların görüşlerine başvurulmuş ve elde edilen veriler çerçevesinde çözüm önerileri geliştirilmiştir. Çalışmanın evrenini Siirt ilinde Büryan salonu olarak işletildiği tespit edilen 7 işletme oluşturmaktadır. 4 büryan salonu işletmecisi ve büryan ustası ile yüz yüze görüşme imkanı bulunmuştur.

3.1. Araştırmada Kapsamında Elde Edilen Veriler ve Verilerin Yorumlanması

- *Siirt ilinde yer alan büryan salonu işletmecileri ve ustalarına ilk olarak kaç yıldır bu işi yaptıkları sorulmuştur.* Ustalar ve işletmeciler küçük yaşlarda bu işe başladıklarını uzun süre bu işle ilgilendiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca büryancılar kaliteli hizmet verebilmek ve sürekliliği sağlamak için uzun süre bu işe emek verilmesi gerektiğini ifade etmişlerdir.
- *İkinci olarak Siirt büryanın nasıl pişirildiği ve sunumunun nasıl yapıldığı sorulmuştur.* İşletmeciler yaylak ve kuzu olmasına özen gösterdikleri kaburga, sırt ve but kısımları ayrılmış etleri tandırda askıya alarak kapalı kuyuda buhar ateşi ile pişirdiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca askının altında yer alan bakır kazan içerisinde de kemikli etin piştiğini ifade etmişlerdir. Pişirilen etlerin müşteri geldiğinde isteğine bağlı olarak kemikli ve kemiksiz şekilde tabak kullanmadan pide ekmek üzerine koyarak tekrar fırında pide ile ısıtılması ile müşterilere servis edildiğini ifade etmişlerdir.
- *Siirt ilinde yer alan büryan salonu işletmecilerine büryanın ne anlam ifade ettiği nasıl korunması gerektiği sorulmuştur.* Katılımcıların genel görüşü büryanın yörenin vazgeçilmez bir yiyeceği olduğunu ve hiç bir katkı maddesi içermediğini ifade etmişlerdir.
- *Müşterinin beğenisini kazanan bir ürün varsa bunun geleceğe nasıl taşınması gerektiği sorulmuştur.* Genel görüş ise hayvancılığın çiftlik besiciliğinden kurtulup yaylak olması

gerektiğidir. İkinci olarak ustalığın üzerinde durulmuştur. Son olarak ta tandırın iyi olması gerektiği belirtilmiştir.

- *Siirt dışında örneğin Bitlis'te ya da başka bir ilde kuyu kebabı yediniz mi? Yediyseniz büryan ile farkı sorulmuştur.* Büryan ustalarının Siirt dışında büryan ya da kuyu kebabı yemedikleri fakat görsel medya üzerinden takip ederek bilgi sahibi oldukları ortaya çıkmaktadır. Büryan ustalarının Bitlis büryanının sunumu, pişirilmesi hakkında bilgi sahibi oldukları görülmektedir. Siirt büryanında genellikle kuzu tercih edildiği kaburga, omurga ve bütün ayrılarak kalan kısmının askıya asıldığını belirtilmektedir. Bitlis'te genellikle keçi ve oğlaktan yapıldığını kemikleri ile birlikte kuyuya asıldığını belirtmişlerdir. Bir önemli diğer fark ise; sunum noktasında olduğu belirtilmiştir.
- *Pişirmede özel olarak kullanılan bir malzeme var mıdır? Bu malzemeyi sürekli olarak temin etmede bir sıkıntı yaşıyıp yaşamadıkları sorulmuştur.* Büryan ustaları meşe odunu kullandıklarını az da olsa çam kullandıklarını da belirtmişlerdir. Tandır kazanın bakır olduğu ve tandırın nem olmayan bir yerde olması gerektiğini belirtmişlerdir.
- *Büryan salonu yada büryancı olarak adlandırılıyor ve bu şekilde tanınıyorsunuz. Büryanın yanında başka ürün üretmek iş kalitesini düşürür mü?* şeklinde verilen soruya ustalar, büryanın yanında lahmacun da ürettiklerini belirtmişlerdir. Uzun yıllar lahmacunun büryan salonlarında üretildiğini bunun dışında başka çeşitlerin yer almadığını ve üretim yapılırsa büryan kalitelerinin düşebileceğini belirtmişlerdir.
- *Siirt üniversitesi ve Valiliğinin ya da herhangi bir kamu kuruluşunun Büryanın sürdürülebilirliği ile ilgili bir desteği sizinle bir çalışması olup olmadığı sorulmuştur.* Ustaların bazıları EMITT Fuarı (Doğu Akdeniz Uluslararası Turizm ve Seyahat Fuarı), Ankara Günleri ve Feshane Etkinliklerine katıldıklarını belirtmişlerdir. Bunun dışında sürdürülebilirlik ile ilgili herhangi bir çalışmanın olmadığını fakat olması gerektiği üzerinde durmuşlardır. Ayrıca Büryanın yeterli tanıtımının yapılmadığını belirtmişlerdir.
- *Büryan ustası bulmanın zorluğu ve nasıl yetiştiği sorulmuştur.* Ustalar genellikle büryan ustası bulmanın zorluğunu belirtmişlerdir. Büryan pişirmenin zorluğu ve yeni neslin eskisi kadar ilgi göstermediği ve çirak bulmadaki zorlukları belirtmişlerdir.
- *Etin ya da Büryanın lezzetini bozan etkenlerin neler olduğu sorulmuştur.* Ustalar bilinçsiz besiciliğin etin lezzetini bozduğunu belirtmişlerdir. Bir de lezzet noktasında öncelikli olarak bölgenin etlerinin tercih edilmesi gerektiği üzerinde durulmuştur.
- *İstedığınız kalitede et bulmada zorlanıyor musunuz? Bu konuda yıllara göre ya da mevsimlere göre bir değişimin olup olmadığı sorulmuştur.* Ustalar genel olarak eskiden günümüze kıyasla besiciliğin yaygın olmadığını ve hayvanların suni bir şey yemediğini günümüzde ise eskiye göre doğal beslenen hayvan bulmanın zorluğundan bahsetmişlerdir. Ayrıca kışın hayvan sıkıntısı olduğunu 20-25 yıl öncesinde ise büryanın mevsimlik tüketildiğini ifade etmişlerdir.

4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Büryan işletmecileri ve ustalar ile yapılan görüşmeler neticesinde büryanın sürdürülebilirliği hakkında önemli sonuçlar elde edilmiştir. Büryan salonu işletmecileri ve ustalar sürdürülebilirlik noktasında ilk olarak hayvancılık, ikinci olarak ustalık ve üçüncü olarak pişirilen tandırın önemine dikkat çekmişlerdir. Özellikle büryan ustaları etin kaliteli olması gerektiğini ve bunun için yapılması için gerekenleri sıralamışlardır. Büryan olarak pişirilecek hayvanların yaylak yani serbest şekilde otalayıp beslenmiş olması büryan kalitesinin lezzetini önemli şekilde etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Her şeyden önce hayvan yetiştiriciliğinin önemli olduğu ve bölgede yetişen hayvanların etlerinin büryancılar tarafından tercih edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Yıllara göre etin kalitesinde azalma yaşandığı ve mevsimlere göre özellikle kışın büryan standartlarına uygun hayvan bulmakta zorluk çekildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Büryanın sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için hayvan yetiştiricileri, büryan salonu işletmecileri ve büryan ustaları ile yapılan araştırmada, ilgili kuruluşlara yapılacak öneriler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Hayvan yetiştiricileri doğru besicilik konusunda bilgilendirilmeli, desteklenmeli ve desteklenen yetiştiriciler denetlenmelidir.
- Besicilik yerine hayvanların yaylak olarak yetiştirilmesine özen gösterilmelidir.
- Çeşitli etkinliklerde Büryanın tanıtımı ile beraber sürdürülebilirliğine vurgu yapılmalıdır.
- Büryan ustası sıkıntısını gidermek için çeşitli çalışmalar yapıp gelecek nesiller için büryan ustası yetiştirilmelidir.
- Büryan kuyusunun kazılacağı yerlerin yakınında nem oluşturacak herhangi bir su arkı olmaması gerektiğinden kuyunun yerinin ve çevresinin kuru olmasına özellikle dikkat edilmelidir.
- Kuyu içinde bakır cinsi kazan ve meşe cinsi odun kullanılması, büryan kebabının lezzet kalitesini etkilediğinden bunların kullanılmasına dikkat edilmelidir.

KAYNAKÇA

- Altuntaş, İbrahim H. İ. H. (2011). Divan-ı İlâhiyyat ve Açıklaması Tam Metin. s. 542
- Atalık, G. ve Gezici, F. (1994). Çevreye Duyarlı Planlama Kapsamında Turizm Eylemlerinin Değerlendirilmesi, 4. Ulusal Bölge Bilimi / Bölge Planlama Kongresi Bildirileri, Trabzon, s. 448.
- Ballı, E. (2016). Gastronomi Turizmi Açısından Adana Sokak Lezzetleri. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue1*, 3-17.
- Beyhan, Ş. G. ve Ünügür, S. M. (2010). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli, *İTÜDERGİSİ/a* 4.(2).
- Bitlis TSO (2017). Bitlis Ticaret ve Sanayi Odası, Bitlis Yemekleri, <http://www.bitlistso.org.tr/Bitlis/tabid/12498/menuad/yemek/Default.aspx>, Erişim Tarihi: 07.08.2017.
- Bitlis Valiliği (2017). Bitlis İli, <http://www.bitlis.gov.tr/ilimiz>, Erişim Tarihi: 08.08.2017.
- Cömert, M. (2014). Turizm Pazarlamasında Yöresel Mutfakların Önemi ve Hatay Mutfağı Örneği, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2(1), 64-70.
- Çalışkan, O. ve Yılmaz, G. (2016). Gastronomy and Tourism. *Global Issues and Trends in Tourism*. C.Avcıkurt, M. S. Dınu, N. Hacıoğlu, R. Efe, A. Soykan ve N. Tetik (Ed.), Sofia, ST. Kliment Ohridski University.
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2011). Siirt Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü Siirt İl Çevre Durum Raporu, Siirt.
- Dağlı, Y. ve Kahraman, S. A. (2001). *Evliya Çelebi Seyahatnâmesi (4. Kitap)*, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.
- Emre, M. E. (2015). *Niyazi-i Mısri Divanı ve Şerhi*, 4. Baskı, Gelenek Yayıncılık.
- Esir, H. A. (2006). Şeyhî Divanı'nda Geçen Yiyecek ve İçecek Adları Üzerine. *A.Ü. Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi (TAED) Prof. Dr. Zeki Başar Özel Sayısı, Sayı 29*, 95-116
- Güneş, G. (2008). Turizmin Sürdürülebilirliği için Ekoturizm, *Popüler Bilim*, Kasım, 15, s. 28-30.
- Güzel, G. (2009). Gastronomi ve İnovasyon. *İz Atılım Üniversitesi Dergisi*, Sayı: 8, 28-29.
- Karadeniz, C. B. (2014). Sürdürülebilir Turizm Bağlamında Sakin Şehir Perşembe, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), s. 85.
- Kaypak, Ş. (2012). Ekolojik Turizm ve Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22), s. 16.
- Kivela, J. ve Crotts, J.C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence On How Tourists Experience A Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), s. 354-377.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Bitlis İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Bitlis Yemekleri, <http://www.bitliskulturturizm.gov.tr/TR,56214/yemekleri.html> , Erişim Tarihi: 07.08.2017.
- Özgen, N. Ve Karadoğan, S. (2009). Siirt Şehrinin Kuruluşu ve Gelişimi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), s. 61-81.

- Özgüç, N. (2007). *Turizm Coğrafyası*, Çantay Kitabevi, 5. Baskı, İstanbul.
- Özkan (2009). Şeyhi'nin Bir Gazelinin Yapısal Metoduyla İncelenmesi. *Gazi Türkiyat Dergisi*, Bahar (4).
- Sarışık, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 26(2), 264-278.
- Sezgin, M. ve Karaman, A. (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 19, s. 429-438.
- TUİK (2013). Seçilmiş Göstergelerle Siirt, <http://www.tuik.gov.tr/ilGostergeleri/iller/SIIRT.pdf>, Erişim Tarihi: 02.08.2017.
- Wikipedi (2017). Büryan, <https://tr.wikipedia.org/wiki/Büryan>, Erişim Tarihi: 07.08.2017.
- Yüncü, H. R. (2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası, S.Şengel (Ed.), *10. Aybastı-Kabataş Kurultayı Yerel Değerler ve Yayla Turizmi*, Ankara, Detay Yayıncılık, s.s. 27-34.

TOURISM AND CONSUMPTION OF SPACE: THOUGHTS ON SAFRANBOLU

Doç. Dr. Sevgi GÖRMÜŞ CENGİZ
Bartın Üniversitesi, Orman Fakültesi
sevgigormus@gmail.com

Hülya ALAN
Yüksek Lisans Öğrencisi, Bartın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü
hulyaln.04@gmail.com

Kemal Onur ÖZMAN
Yüksek Lisans Öğrencisi, Bartın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü
kemalonurozman@gmail.com

Abstract

Historical city centers, which are the main core of traditional life, have also become tourism attraction. In these centers of human scale, pedestrian mobility is fairly dense due to the connected streets, diversity of focal points, and mixed use. It is thought that the traditional life in this center is dynamic and constantly associated with this mobility and the preserved traditional practices in the city. However, since the practices of tourists and local users do not overlap, these centers are far from being representative of traditional urban life.

The main point of this work is the interaction with the tourist practices of traditional life practices in the historic city center of Safranbolu, a movement. From this point of view, as the relationship and the interaction between the spatial practices of tourists and local people provides a basis for urban spatial pattern, the spatial texture and the spatial consumption come into prominence. UNESCO World Heritage Site. The historical structures in Safranbolu are mainly utilized based on their economic functions. Tourists visiting the city follow similar routes which include the ottoman bazaar (arasta), the mosque, the bazaar and the food&beverage places. These places are located on interconnected streets and on an axis. Although the spatial ratio of the places which have a commercial function is considerably low compared to the area of historical site, the tourist population is confined within this small zone where these kinds of activities exist. The tourist density decreases significantly out of this commercial axis. Based on this observation, it can be said that the tourists are mostly interested in traditional life/landscape practices rather than everyday life/landscape practices. Therefore, the traditional landscape in the old city center of Safranbolu guides and limits the tourist and the pedestrian

Keywords: Spatial Consumption, Pedestrian Mobility, Historic City, Safranbolu, Turkey.

TURİZM VE MEKANIN TÜKETİMİ: SAFRANBOLU ÜZERİNE DÜŞÜNMEK

Özet

Geleneksel yaşamın ana çekirdeği olan tarihi kent merkezleri aynı zamanda turizmin de merkezi olmuşlardır. İnsan ölçeğindeki bu merkezlerde birbirine bağlı sokaklar, odak noktalarının çeşitliliği ve karma kullanım nedeniyle yaya hareketliliği önemli oranda yoğundur. Söz konusu hareketlilikle birlikte bu merkezdeki geleneksel yaşamın devingen ve sürekliliği ve bunun kentteki geleneksel pratikleri koruduğu ve düşünülmektedir. Ancak turistler ile yerel kullanıcıların pratikleri örtüşmediği için bu merkezler geleneksel kentsel yaşamın temsil yeri olmaktan uzaklaşmaktadır.

UNESCO Dünya Miras alanı olan Safranbolu tarihi kent merkezinde geleneksel yaşam pratiklerinin turist pratikleri ile etkileşimi bu çalışmanın temel konusudur. Kentteki tarihi yapılar ticari fonksiyonlar yüklenerek kullanılmaktadır. Safranbolu'ya gelen turistler arasta, cami, çarşı ve yeme-içme mekânları arasında benzer izler takip etmektedirler. Bu mekânlar birbirine bağlı sokaklarda ve bir aks üzerinde yer almaktadır. Ticaret fonksiyonuna sahip mekânların tarihi kentin bütününe alansal oranı düşük olmasına rağmen turist kalabalığı bu fonksiyonun olduğu mekânlarla sınırlı kalmaktadır. Ticari aksın dışına çıktığında turist yoğunluğunun önemli ölçüde azaldığı görülmektedir. Bu gözleme dayanarak turistlerin gündelik yaşam/peyzaj pratiklerinden çok geleneksel yaşam/peyzaj pratikleri ile ilgilendiği söylenebilir. Dolayısıyla Safranbolu tarihi kent merkezinde geleneksel peyzaj, turist ve yaya hareketini yönlendirmekte ve sınırlandırmaktadır. Bu noktadan hareketle, tarihi kentlerde turistlerin mekânsal deneyimleri ile yerel kullanıcıların mekân kullanım deneyimleri arasındaki ilişki ve etkileşim yaya hareketliliğinin temelini oluştururken kentin mekânsal dokusu ve mekânsal tüketimi ön plana çıkarmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Mekân Tüketimi, Yaya Hareketliliği, Tarihi Kent, Safranbolu, Türkiye.

1. INTRODUCTION

“The city is and has always been throughout the ages at the root of our culture, history, arts and traditions. It has been the birth-place of a society in constant evolution” (Cravatte, 1977). The culture, arts and traditions mediated by the city gain a meaning through the perception of users, residents and visitors, and also the physical environment plays a significant role in creating this content. Since perception is a cultural interpretation of physical environment, in historical cities there arises a tension between past and present culture based on “familiarity” and “progression-development” (Orbaşlı, 2000). The ground of tension between the concepts is deemed indicators and priorities. De Kadt (1990), by addressing this fact, states that the concept of “development” is matched only with economical quantitative indications, the social indicators are barely considered and the cultural indicators are not regarded at all.

Urban legacy is formed through a historical interpretation of wide crowds. Along with that, it differs from other kind of legacies not just because of historical attributes of the formed texture and spatial properties of the urban landscape, but also its reciprocal effect within the contemporary society. In the second half of the twentieth century, growing interest on historical urban settlements allowed to recognize them as a “legacy” and to develop an approach to conservation. The cultural heritage is now considered as an important linkage between urban life and development/growth process thanks to the contributions of diverse international organizations such as UNESCO, ICOMOS and the Council of Europe (Orbaşlı, 2000). In historical cities, conservation is not just an architectural issue, rather a concern that has both economic and social facets (Malik, 1993). Protecting the architectural structures to preserve the culture is an option. However, it would be difficult to assert that the sustainability of culture can be achieved by only protecting buildings. Rogers (1982) mentions that maintaining the ‘structure’ means preserving desirability or sustainability of a culture and it actually protects the culture, not the buildings.

The basic theme of this study is the interaction between traditional life practices and visitors’/tourists’ activities within the historical city center of Safranbolu, a UNESCO World Heritage site. In order to locate spaces and objects attracting the interest of visitors, the photos shared on Internet and the coordinates in which they were taken were determined. The traces of the visitors in space were defined by uploading shooting points of the photos to ArcMap software. Both physical traces and cultural heritage perceptions of the visitors were discussed based on these photos.

2. THE MATERIAL AND THE METHOD OF THE STUDY

Located in the Western Black Sea Region and belonged to Karabük Province, Safranbolu is a UNESCO world heritage city under the “Outstanding Universal Value” category since 1994 due to its intact traditional urban texture. The reason of recognizing the city as a cultural heritage is as below; Criterion (i): Because of its key role in caravan trade over centuries; Criterion (ii): Since the caravan trade was the main commercial activity between the Orient and Europe for centuries, along its route distinctive towns were established; Criterion (iii): Safranbolu is a typical Ottoman city which performs an interesting interaction between its topography and historical settlement.

Safranbolu is a symbolic city which reflects whole characteristics of traditional Turkish social life and protects its cultural heritage accumulated through its long-standing past within its environmental texture. It has been thought that Safranbolu was probably established during Late Roman and early Byzantium period. Evident shows that Safranbolu dates back to at least 1500 years. The written history of Safranbolu has begun in the period of Byzantium. The city was named as “Dadybra” during that period. In the period of Seljuks, namely in 1196, the city called as “Zalifre”. After then, it changed to “Borglu” or “Borlu” in the period of Principalities and in the earlier times of the Ottoman Empire. As of the last quarter of Nineteenth Century, it turned into “Zağfiranbolu” and later “Zafranbolu” and “Safranbolu” respectively (Safran [Saffron] is the name of a plant cultivated in the region) (Safranbolu Municipality, 2015; Şendil, 2017). The city center is settled on an interesting geological structure in which 3 different canyons unite (Safranbolu Municipality, 2017; Kıyıcı 2010; Koçan 2012).

The city was officially recognized as a natural site according to the National Conservation Law No 2863. The administration of historical areas in Safranbolu is under the responsibility of Safranbolu Municipality, and in order to make construction work and functional changes in these historical buildings and sites, a prior written permission must be obtained from the Regional Conservation Council.

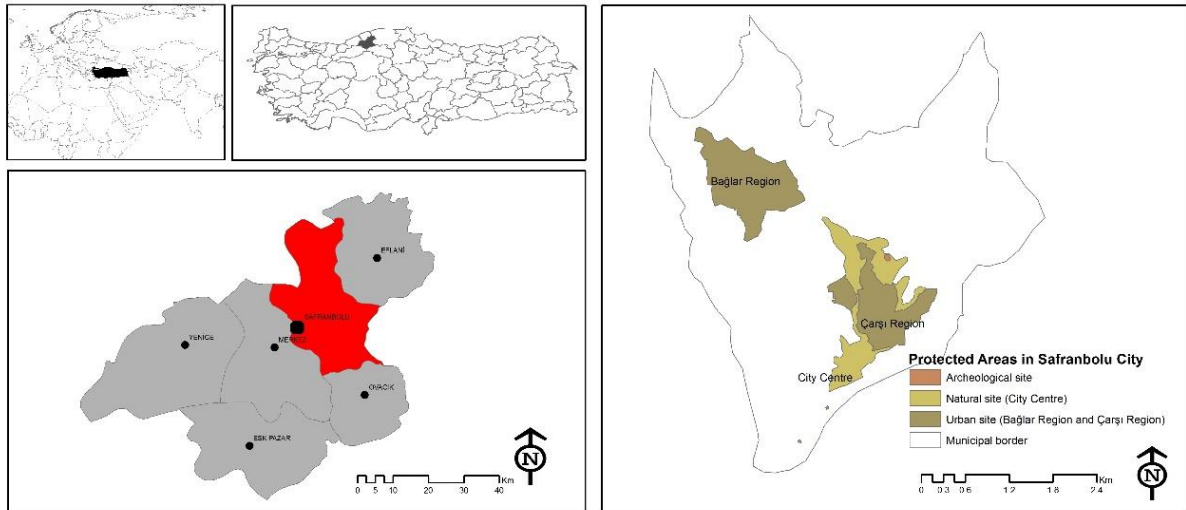


Figure 1. Location of the city Safranbolu and its preserved areas

Safranbolu consists of three distinct historical districts; the bazaar area of the inner city, known as Çukur, the area of Kıranköy, and Bağlar (the Vineyards). Çukur extends along the lower part of the town and has a triangular shape confined by two rivers. Surrounded by houses and workshops, the bazaar locates in the center. The segmentation of the city center is very typical for an Anatolian city. With a socio-architectural pattern similar to contemporary European towns, Kıranköy was previously a non-Muslim district. In contrast to wooden houses in Çukur, the houses of the area were built of stone. Indeed, this also reveals the distinctive characteristics of Muslim and non-Muslim quarters during the Ottoman Period which were influenced by the communities' traditions (URL-2, 2017) The economy of the city was bloomed especially during the Ottoman Era in the scope of various area of professions such as "silk weaving", "tannery", "copper working", "saddle crafting", "saddlery", "head scarf making" (Şendil, 2017). The spatial linkage of the aforementioned areas can be still seen through the bazaar pattern and the names of streets. In historical Safranbolu, mainly old people live. Also, significant part of them is not from "Old Safranbolu". Migrating from villages to this city, these people earn their living mainly from agriculture and garden cultivation (Şendil, 2017).

In order to find an answer to the problematic of the study, two basic stages were applied; defining the spatial mobility of visitors in the historical city center in Safranbolu, and evaluating tourism potentials and protection levels regarding this area.

To locate the areas in which the spatial traces of the visitors accumulate, photos on Internet were searched and a field study were performed. The photos taken by visitors in Safranbolu and shared with geographical location on photo-sharing websites were determined. 145 amateur photos were got via flickr.com (URL-1, 2017) website. By uploading the coordinates and the shooting properties (details, building, street and landscape) to ArcMapInfo software and mapping the shooting points and photos, the spatial traces of the tourists are obtained.

A field work was conducted in the urban site area and the interaction site area of Safranbolu. GPS traces, observations and photos from the area through the field work were used in interpreting the spatial traces of the tourists. The coordinates of shooting points are recorded via GPS. During the fields work 300 photos were taken.

The interaction between tourism and protecting in the city were scrutinized within the scope of UNESCO reports. In addition, other academic studies on the area were taken into consideration as well.

3. FINDINGS

The spatial traces of the visitors: Among the photos (145 photos) taken by the visitors in the historical city center, 28.9% is about architectural structures, 26.9% is about landscape, 24.8% is about street and 19.3% is about details (Figure 2: Figure 3). The photos concentrate around the Bazaar Area. Since the spatial trace of the visitors/tourists is intense in the vicinity of the bazaar area, a touristic space that covers only places related with these areas has emerged. Therefore, in Safranbolu the axis related with shopping and architectural texture are the main factors in forming a touristic spatial system. It can be said that the street activities in this touristic axis (marbling art, instruments, etc.) are effective in leading the mobility/liveliness.

Although the reasons which affect the space usage of the tourists are different, a specific touristic mobility axis occurred in the city reveals that the visitor/tourist mobility is not canalized.

Concentration of the photos taken by different visitors within the same area and focus on similar details, streets, architectural structures and landscape show that there are a controlled visitor perception and mobility (Figure 3). Also, unobtrusive traces of daily life in the photos can be construed in two different ways: the traces of daily life may not be visible or the architectural properties are dominant within the context of touristic perception.

Indeed, main themes and figures of the survey which were conducted by Yalı (2016) in order to learn travelling choices of domestic tourists that visit cultural tourism destinations in Safranbolu almost support these interpretations. The weighted ratings of domestic tourists regarding visiting purposes are respectively as following: Learning (21.893), adventure (20.149), relaxing (19.726) and interaction (14.293). The sub-elements of the interaction category include traditional food choice, desire to learn local culture, and desire to experience traditional life. Among the sub-elements in question, the most attractive option was traditional food, desire to experience traditional life ranked relatively low. This low rating corroborates the photos. The argument of Kevin Lynch "If I can be seen, then I exist" may explain this case. It's impossible to demand the invisible. If anything is not visible, it may not be possible to know and demand it.

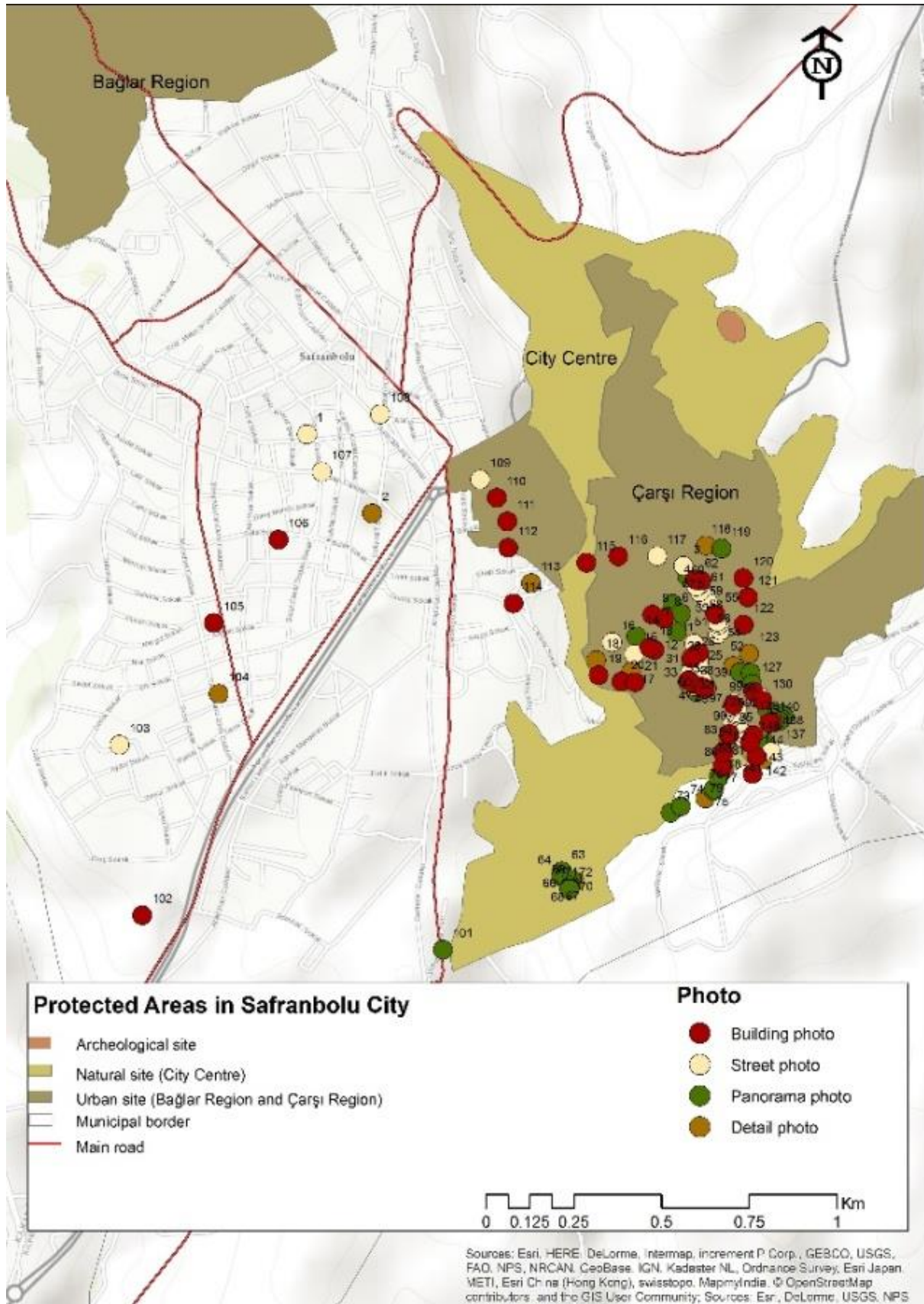


Figure 2. The traces of the visitors' photos

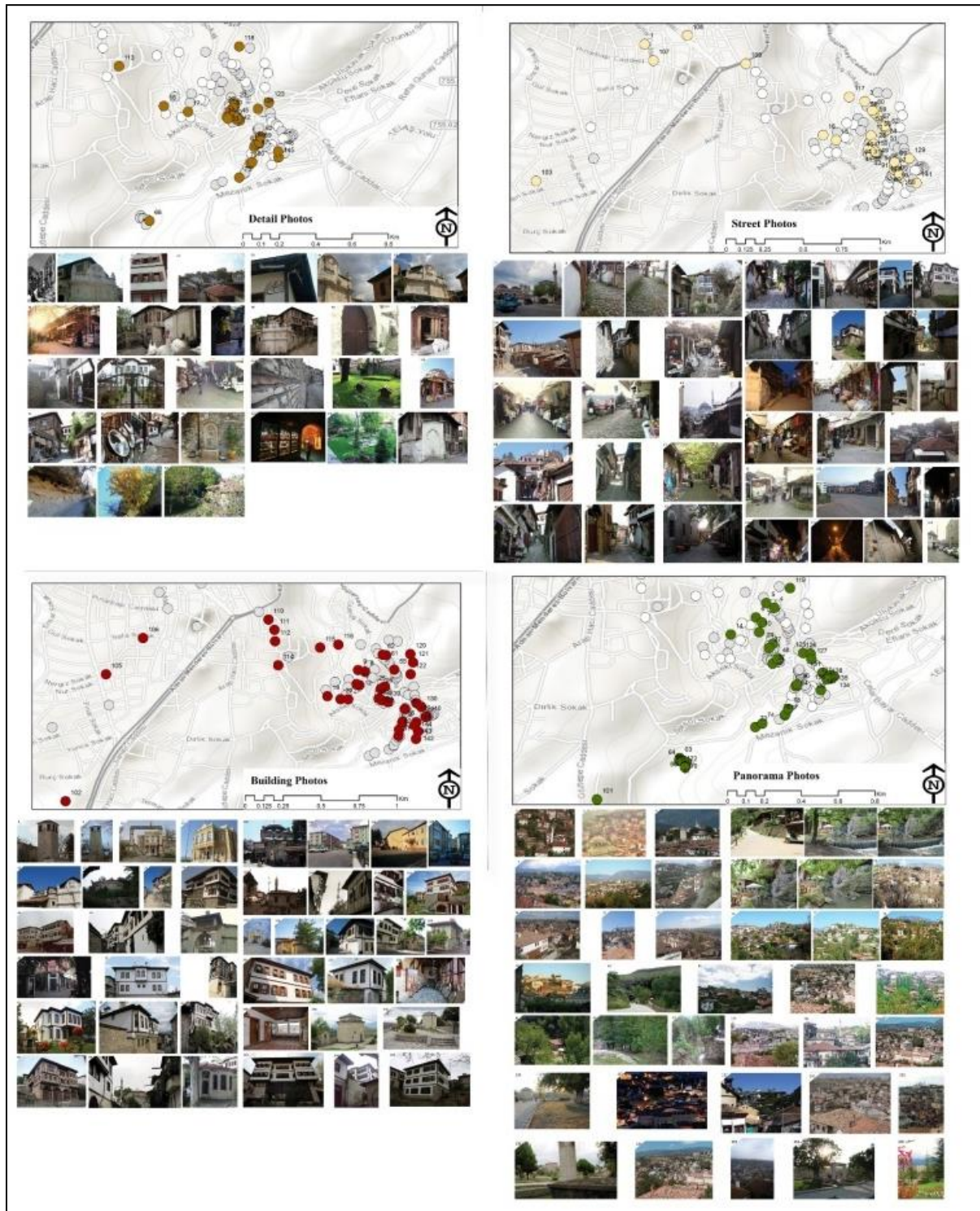


Figure 3. The photos of the visitors

Risks and threats: In its informative text on Safranbolu (URL-2, 2017), UNESCO mostly comments and focuses on architectural characteristics in Integrity section.

“The architectural structures and streets still maintain its original characteristics, and the city is listed under Outstanding Universal Value. Also, the expanse of the area is sufficient to provide integrated

info regarding the site. Since its foundation, there have been no critical changes on the integrity of the town. However due to its vulnerability, more efforts should be exercises to protect this cultural heritage.”

In “Authenticity” section, where it mentions the changes on buildings for touristic concerns, a need for monitoring and proper management is highlighted. In *the Threats and Risks to site section of the 2006 Monitoring Report, various issues such as* development pressure, visitor/tourism pressure, lack of infrastructure *and* trend to renovate houses for tourist accommodation, heavy traffic and parking problems *are referred*. As a solution offer, preparing a management plan is addressed. In the 2014 Monitoring Report, UNESCO determines the factors related with Safranbolu town according to impact and origin. In this report, the sub-factors listed under social/cultural use and their impacts are as Table 1.

Table 1. Social/cultural uses of heritage in Safranbolu (URL-2, 2017)

Social/cultural uses of heritage	impact	Origin
Society's valuing of heritage	+, -, ■, □	▼ ◀
Changes in traditional ways of life and knowledge system	-, ■, □	▼ ◀
Identity, social cohesion, changes in local population and community	-, ■, □	▼ ◀
Impacts of tourism / visitor / recreation	+ ■, □	◀
+: positive, -: negative, ■: current, □: potential, ▼: inside, ◀: outside		

Kaynak: <http://whc.unesco.org/en/list/614>. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, City of Safranbolu webpage.

While developments regarding urban preservation and expansion of tourism in parallel with this development were encouraged, the negative effects of “cultural tourism” were overlooked. Today, tourism has become an economic sector and an important industry. Considering tourism in the historical cities, there can be seen an interaction between economic development and “preservation”. Preservation of urban legacy due to tourism may not mean preservation of culture at the same time. A preservation approach which focuses on front, street and urban accessories leads to similarities between the historical cities. Also, since these spaces and accessories are designed independently from daily life practices, with aesthetic concerns appealed to tourists, this detract the preservation approach from This means alienation of space to inherent features (things related with the history of space) and inclusion of extrinsic elements (things not related with the history of space) to space. Therefore, whereas for local people it’s not possible to interiorize the extrinsic elements, the similarities between the historical cities in terms of extrinsic structures bring along the risk of decrease in tourist interest in future.

4. CONCLUSION AND PROPOSAL

The historical structures in Safranbolu are mainly utilized based on their economic functions. Tourists visiting the city follow similar routes which include the ottoman bazaar (arasta), the mosque, the bazaar and the food&beverage places. These places are located on interconnected streets and on an axis. Although the spatial ratio of the places which have a commercial function is considerably low compared to the area of historical site, the tourist population is confined within this small zone where these kinds of activities exist. The tourist density decreases significantly out of this commercial axis. Based on this observation, it can be said that the tourists are mostly interested in traditional life/landscape practices rather than everyday life/landscape practices. Therefore, the traditional landscape in the old city center of Safranbolu guides and limits the tourist and the pedestrian movement. From this point of view, as the relationship and the interaction between the spatial practices of tourists and local people provides a basis for urban spatial pattern, the spatial texture and the spatial consumption come into prominence.

The aim of the urban preservation should be to develop the environment, to “create an individuality within space” in the middle of life, infinitive space and insecure times, and to maintain the sustainability for linking the city with a culture (Maguire, 1982). The preservation is not just about architecture, it’s an economic and social issue as well. “Paying attention to the living places of human can not be separated from the thoughts of the living society itself” (Malik, 1993). Culture is an indispensable part of human and urban life, a dynamic and evolving element of the community, and a continuous linkage from past to present towards future. As Rogers (1982) addressed; “we have to understand that sustaining the structure means maintaining desirability or sustainability of culture- we actually protect not the buildings but culture.” While a historical perspective exalts the role of architecture for tourism, the architecture itself adds value to the tourism activity as a contribution which allows expanding tourism within the city.

As Urry (2002) and Metro-Roland (2012) specify; in parallel with development of urban preservation its effects has usually ignored, and in the historical towns the “cultural” tourism has flourished consistently. Tourism has turned into a development industry around worldwide and when it comes to the historical cities, the economic contributions sometimes play an important role in preservation and economic renewal. It can be admitted to say that the urban legacy is protected thanks to its linkage with tourism, but it has been also destroyed in a significant extend as a result of this. Apart from discussing whether it is proper to show tourists around in a competitive and driven manner, non-existence of the linkage (similar to the one between tourism and architecture) between tourism and daily life practices is not questioned yet.

How can be a circulating system in urban planning, urban design and urban landscape planning created? In addition to the traditional architectural texture, is it possible to create a planning and design strategy regarding perception and experience of daily life practices? Even though it’s not easy to reply that question, is it sufficient to exhibit the objects of daily life in touristic places and to offer a daily life representation in this manner? On top of that, isn’t the transformation of daily life tools into an exhibition-object lead to an alienation to its context? Also, don't we increase the distance to our daily practices by offering them as a bulk in an urban place? Instead of reifying these tools and including them to the show, is it possible to offer through experiences by preserving their role in daily life? Thus, it will allow us to sustain the representative tools which depict our relationship with the nature and are successor of our ecological knowledge.

As a UNESCO world site, Safranbolu is in need of a stable planning approach which balances two aspects of the issue, namely preservation of historical urban landscape protection and its marketing. Due to this historical legacy, it becomes a more attractive space for tourism. This value has a potential feature for tourism, but at the same time it can pose a threat to this texture, or tourism-oriented limited spaces can cause ignorance of the city center. Indeed, probably there will be differences between the tourists and local users in terms of practices, demands and expectations. Perhaps, the control on tourism should be established based on balancing these awarenesses. Creating a touristic mobility can contribute to preserve the value of the cultural/historical heritage sites.

Although the linkage between planning and tourism has advanced by getting stronger since 1980s, an urban planning based on the indicators for tourists’ demands, their destination choices and accommodation options cannot be developed. Furthermore, the infrastructural and ecological problems created due to overcapacity have not taken into consideration because of this. The reason for this ignorance, of course, is to desire developing and fostering the economy in a short-term. How can we plan a sustainable touristic-historical urban, should it be both attractive and inhabitable environment at the same time, or which principle should we pick? How can the professions’ branches related with urban planning govern the space consumption of tourism in the historical cities for a better sustainable tourism system? In touristic historical cities, what is the role of urban planning as a tool for tourism planning? The architectural structures and urban space always attract the visitors, therefore in recent years the urban planners have been more intensely interested in encouraging tourism while planning. However, in this kind of areas it should be regarded that the desired urban tourism is fed by urban culture and urban design. The daily life practices and knowledge on them (like ecological knowledge

and experience) should not be ignored while bringing an attractive silhouette to the cities for arousing touristic interest. Otherwise, rather a cultural sustainability in the historical cities, the discussions regarding the persistence of touristic space consumption will never end up.

REFERENCES

- Cravatte, H. (1977). Introduction, Historic Town Centres in the Development of Present-Day Towns, Strasbourg: Council of Europe.
- Kıyıcı, Ş. (2010). Bir İmaj Çeşidi olarak Destinasyon İmajı ve Turizmde Destinasyonun İmajının Ölçülmesi (Amasra Örneği). Zonguldak Karaelmas University, Institute of Social Sciences, Master Thesis, Zonguldak
- Koçan, N. (2012). Safranbolu'da Zaman ve Mekân, Safranbolu Belediyesi Kültür Yayınları, Karist Baskı Çözümleri, İstanbul,
- Maguire, P. (1982). Issues in conservation and protection. in R.Zetter (ed.) Conservation of Buildings in Developing Countries, Oxford: Oxford Polytechnic.
- Malik, A. (1993). 'Muslim cities: recent history and possible future' in S.Barakat (ed.) Architecture and Development in the Islamic World, pre-publication, York, 1993.
- Metro-Roland, M. M. (2011). Tourists, signs and the city: the semiotics of culture in an urban landscape. -- (New directions in tourism analysis), Printed and bound in Great Britain by the MPG Books Group, UK.
- Municipality of Safranbolu , (2015). Safranbolu Tarihi/Safranbolu Belediyesi, www.safranbolu.bel.tr. Last accessed: 10.06.2017.
- Orbaşlı, A. (2000). Tourists in Historic Towns Urban Conservation and Heritage Management. ISBN 0-203-78724-2 (Adobe eReader Format), First published 2000 by E & FN Spon London and New York.
- Rogers, P. (1982). Conservation and implementation. in R.Zetter (ed.) Conservation of Buildings in Developing Countries, Oxford: Oxford Polytechnic.
- Safranbolu Municipality, (2017). Safranbolu'nun yerleşimi ve coğrafi özellikleri. <http://www.safranbolu-bld.gov.tr/?/safranbolu/cografi-konum-94>, Last accessed: 28.07.2017
- Şendil, G.Z. (2017). Kent Kimliği: Safranbolu Örneği. Uludag University Institute of Social Sciences, Department of political science and public administration, Urbanization and Environmental Issues, Master Thesis
- URL-1, (2017) Safranbolu. https://www.flickr.com/map/?fLat=41.243757&fLon=32.692222&z1=13&everyone_nearby= Last accessed: 10.06.2017.
- URL-2, (2017). <http://whc.unesco.org/en/list/614>. Last accessed: 10.06.2017.
- Urry, J. (2002). The Tourist Gaze. Second edition, SAGE Publications Ltd, London de Kadt, E. (1980) Tourism: Passport to Development?, (ed.) New York: Oxford University Press.
- Yalı, S. (2016). Kültürel Turistlerin seyahat tercihleri ve yiyecek içecek beklentileri: Safranbolu Örneği. Karabük University Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, Master Thesis, Karabük

KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAPSAMINDA TURİZM SEKTÖRÜNDE YEŞİL YILDIZ UYGULAMALARI

Öğr. Gör. Safa ACAR
Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO
safaacar@siirt.edu.tr

Öğr. Gör. Süleyman ÇELİK
Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO
celik.slymn@gmail.com

Öğr. Gör. Kerim COŞKUN
Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO
kerimcoskun@siirt.edu.tr

Öğr. Gör. Soner KÜNÇ
Siirt Üniversitesi Kurtalan MYO
snr.knc@hotmail.com

Özet

Bu çalışmanın temel amacı; turizm sektöründeki sürdürülebilir turizm ve kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri kapsamında yeşil yıldız uygulamalarının incelenmesidir. Bu amaç kapsamında ikincil verilerden yararlanarak literatür taraması yapılmış ve kurumsal yönetim, kurumsal sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm çerçevesinde yeşil yıldız uygulaması değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının 1993 yılından itibaren Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Projesi uygulamaya koyduğu ve 30 Haziran 2017 tarihinde güncellenmiş listedeki bilgilere dayanarak oluşturulan araştırma da yeşil yıldız uygulamasındaki mevcut durumunu ortaya koymaktadır. Güncellenmiş listeye göre Türkiye'deki tüm konaklama tesislerinin sadece %8,75'i yeşil yıldız belgesine sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Güncel listenin de ortaya koyduğu gibi yeşil yıldız belgeli tesislerin büyük çoğunluğu Antalya ve Muğla gibi ekonomileri ağırlıklı olarak turizme dayalı olan illerde olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Kurumsal Sürdürülebilirlik, Yeşil Yıldız.

GREEN STAR APPLICATIONS IN TOURISM SECTORS AS PART OF CORPORATE SUSTAINABILITY

Abstract

The main purpose of this study is; is the study of green star applications as part of sustainable tourism and corporate sustainability activities in the tourism sector. Within the scope of this purpose, the literature was searched by using secondary data and green star application was evaluated within the framework of corporate governance, corporate sustainability and sustainable tourism. Based on the information in the list, which was updated by the T.C. Ministry of Culture and Tourism on June 30, 2017, which was put into implementation of the Environmentally Sensitive Accommodation Facility Project since 1993, the research reveals the current situation of green star application. According to the updated list, only 8.75% of all accommodation facilities in Turkey have green star document. As stated in the recent announcement, the vast majority of green star certified facilities are located in the provinces based on tourism such as Antalya and Muğla.

Key Words: Sustainable Tourism, Corporate Sustainability, Gren Star.

1. GİRİŞ

Turizm sektörü ekonomi üzerindeki etkileri dikkate alındığında lokomotif sektör konumundadır. Bu yönüyle turizm sektörü hükümetler için emek yoğun özelliği ile ideal yatırım alanları arasındadır. Bu doğrultuda turizm sektörü istihdama doğrudan ve dolaylı etki oluşturarak ülkedeki toplam istihdam hacmini etkileyen bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır (Şit, 2016: 102-103).

Dünya genelinde turizmde yaşanan hızlı gelişme, son yıllarda çevresel sorunları da beraberinde getirmiştir. Dünyadaki kaynakların yanlış kullanımı ile oluşan küresel felaketler bu kaynakların sınırsız olmadığını insanlara göstermiştir. Artık devletlerin tek amacı gelişmek ve kalkınmakla kalmayıp bu temel amaçlara ulaşmada çevreyle dost kalkınma ve gelişme görüşü yaygınlaşmıştır (Erkan vd., 2013: 63-64).

Hizmetler sektörünün gözdesi olarak karşımıza çıkan turizm sektörü otel kompleksleri, marinalar, tema parkları vb. turistik tesisler ile çevreye zarar verebilmektedir. Turizmin bu hassas bölgelerdeki zararlı etkilerini en aza indirebilmek için sürdürülebilirlik kavramının tüm alanlarda olduğu gibi turizmde de olduğu görülmektedir (Tutar, 2015: 329).

Turizm endüstrisi içerisinde önemli işlevleri yerine getiren otel işletmeleri de çevreci uygulamaların farkına vararak faaliyetlere başladığı görülmektedir. Bu kapsamda turizm sektörleri "yeşil yıldız"la tanışmıştır (Mesci, 2014: 95). "Yeşil yıldız" ise; "Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın başlattığı "Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisleri" projesi kapsamında Bakanlık belgeli konaklama tesislerine, belirlenen kriterlere uymaları koşuluyla verilen mevcut Turizm İşletmesi Belgelerindeki yıldızların yeşil olarak gösterildiği ve plaketlenin üzerinde çevreye duyarlı tesis ibaresinin yazıldığı bir çevre etiketi (eko-label) uygulamasıdır" (Taşlıçay, 2012: 8).

Bu çalışmada turizm sektöründeki sürdürülebilir turizm ve kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri kapsamında yeşil yıldız uygulamaları incelenecektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Kuramsal Çerçeve

Turizm sektörü geçmişten günümüze kadar hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler nezdinde yoğun ilgi göre sektör olma özelliğini korumaktadır. Emek-yoğun bir sektör olarak turizm yapısal özelliği itibarı ile istihdam oluşturma kapasitesi ile diğer sektörlerden farklılık göstermektedir (Yıldız, 2011: 54-55).

Doğal ve yapay kaynakları önemli düzeyde kullanan sektörlerin başında yer alan turizm sektörünün geliştiği birçok ülkede doğal kaynaklar, çevre, kültürel ve tarihi eserler zarar görmektedir. Turizmin verdiği zararların en düşük seviyeye indirilmesi turizm paydaşlarının en önemli amacı haline gelmiş ve işletmeler de daha fazla çevreci yaklaşımlara yönelmiştir. Bu kapsamda çeşitli ülkeler sürdürülebilir turizmi sürdürülebilir çevre kapsamında geliştirecek çeşitli uygulamalar geliştirmişlerdir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından çevrenin korunması ve sürdürülebilir turizmin sağlanması kapsamında geliştirilen uygulamalardan birisi de Yeşil Yıldız sertifikasyon programıdır (Giritlioğlu ve Güzel, 2015: 889-890).

Bu kapsamda bu çalışmada ikincil verilerden yararlanılarak kurumsal yönetim, kurumsal sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm çerçevesinde yeşil yıldız uygulaması değerlendirilmiştir.

2.1.1. Kurumsal Yönetim

Turizm sektörü için yeşil yıldız uygulamaları kurumsal yönetim çerçevesinde net bir biçimde incelenebilir. Kurumsal yönetim son yıllarda şirketler için çok önemli bir noktaya ulaşmıştır. Kurumsal yönetim kavramını OECD şu şekilde tanımlamaktadır: "Kurumsal yönetim, bir şirketin yönetimi, yönetim kurulu, hissedarları ve diğer menfaat sahipleri arasındaki bir dizi ilişkiyi kapsar" (OECD, 2004). Bu tanımlamadan anlaşıldığı üzere kurumsal yönetim şirket ile ilişkisi olan bütün tarafların ortaya çıkardığı bir ilişkiler bütünüdür.

Bir şirket için stratejik yönetim uygulamaları içerisinde ortaya çıkan kurumsal yönetim kavramı şöyle tanımlanmaktadır: "İşletmenin stratejik yönetimi yönlendirilmesi ile görevli ve sorumlu üst yönetimin (söz sahipleri), bu görevlerini ve sorumluluklarını yerine getirirken, işletme üzerinde kendilerini belirli nedenlerle hak sahibi gören pay sahipleri, çalışanları, tedarikçi, müşteri ve diğer toplumsal kurumlarla olan ilişkilerini kapsamaktadır" (Ülgen & Mirze, 2013: 461).

Düzenleme ve uygulama yönüyle kurumsal yönetim kavramını ortaya koymak gerekirse, kurumsal yönetim kavramı "bir şirketin emek gücüne, maddi sermayeye ulaşabilmesine ve etkinliği sağlamasına yol açabilecek her türlü kanun, yönetmelik, kod ve uygulamalar" şeklinde tanımlanmaktadır (TÜSİAD, 2002).

Kurumsal yönetim ise şirketlerin gelecekle ilgili stratejilerinin yönünü ve performansını belirleyen ve aynı zamanda şirketi kontrol ederek ve tanımlayarak şirket yöneticileri ile hisse sahipleri arasındaki ilişkiyi oluşturan bir sistemdir (Lou, 2005: 2).

2.1.2. Kurumsal Sürdürülebilirlik

İşletmelerin çevreye ve topluma verdikleri olumsuz etkilerin en aza indirilmesi ve günümüzdeki doğal kaynakların gelecek nesillere aktarılabilmesi için kurumsal sürdürülebilirlik kavramı son dönemin gündemi haline gelmiştir. Kurumsal sürdürülebilirlik sayesinde gelecek nesillerin hakları korunabilecektir. Kurumsal sürdürülebilirliğin tercih edilmesinde yasal zorunluluklar büyük oranda etkilidir. Ancak bu zorunlulukların yanında şirketlerin bakış açılarındaki değişme neticesinde çevreye duyarlı çalışmaların önemli hale gelmesinin sonucu da kurumsal sürdürülebilirliği gündeme taşımaktadır. Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı ekonomik sürdürülebilirlik kavramına sosyal sürdürülebilirlik ve çevresel sürdürülebilirlik kavramlarının eklenmesiyle ortaya çıkmıştır. Bu birleşim kurumsal sürdürülebilirliği ekolojik ve ekonomik bir karma haline getirmektedir (Dyllick & Hockerts, 2002: 131).

Kurumsal sürdürülebilirliğin gerçekleşmesi için bazı prensipleri vardır. Bu prensipler (Saltaji, 2013; Caymaz, Soran, & Erenel, 2014):

- Gelecek nesillere doğal kaynakları miras bırakmak,
- Eldeki doğal kaynakları kullanırken dikkatli olmak,
- Doğal kaynakları korumak,
- Kaynakları kullanım sırasında başka kullanıcılara zarar vermemek,
- Çevresel ve ekolojik entegrasyonların sağlanması olarak sıralanabilmektedir

2.1.3. Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilir kalkınmaya dayanan sürdürülebilir turizm, doğal kaynakların korunarak kalkınmanın gerçekleşmesini ve ön koşul olarak turizmde gelişmelerin planlı bir zemine oturtulmasını sağlamaktadır. Bu sayede uzun dönemli ekonomik ve sosyal gelişim sağlamaktadır. Çünkü kısa süreli çıkarlar için kaynakların plansız kullanılması turistik destinasyonlardaki en büyük sorunlardan biridir (Alkan, 2015: 6693).

Turizm tesisleri çevreye bazı etkiler vermektedir. Bu etkilerden olumsuz sonuçlar da oluşabilmektedir. Turizm tesislerinin yaptığı faaliyetlerden dolayı çevreye karşı oluşan olumsuz etkiler şu şekilde sıralanabilir (Mesci, 2014: 94):

- Otel atık sularının toprağa sızması ve yeraltı sularının kirlenmesi,
- Bahçe sulama, havuz doldurma gibi artezyenlerden aşırı su çekimi ile yeraltı su kaynaklarının azalması,
- Otele turist ve malzeme getiren araçların yaydığı egzoz gazları ile havanın kirlenmesi,
- Kıyı yapılaşması ile bazı canlı türlerinin üreme ortamlarının yok olması,
- Elektrik, telefon gibi iletişim hatlarının oluşturduğu görsel kirlilik,
- Reklam, ilan panoları gibi yönlendirme levhalarının oluşturduğu görsel kirlilik,
- Otele gelen araçlar ve otel çevresinde yapılan yürüyüşler nedeniyle toprağın sıkışması ve erozyona sebebiyet vermesi,
- Yapılaşma, yol inşaatları, enerji hatları için ağaçların kesimi,
- Otele gelen kişilerin ziyaret ettikleri tarihi yerlerin gürültü, titreşim, ısı değişimi, kirlilik gibi nedenlerle aşınmaya uğraması,

- Otellerde kalan turistlerin hem otelde hem de otel dışında çevreye attıkları atıklar,
- Kemirgen hayvanlarla mücadele için aşırı miktarlarda ilaç kullanımı,
- Bahçe düzenlemesi için gübre vb. tarım ilaçlarının kullanımında aşırıya kaçılması ve toprak kirliliği oluşumu,
- Ekosisteme yapay endüstriyel yapıların getirilmesi,
- Otellerde kullanılan ısıtma ve soğutma sistemlerinden yayılan emisyon gazlarının havayı kirletmesi,
- Otellerdeki eğlence faaliyetlerinin gürültü kirliliği oluşturmasıdır.

Sürdürülebilir turizm sayesinde insanın doğal kaynaklar ve çevrenin üzerindeki etkilerinin en aza indirilebilmesi ve ekonomiye katkısının en yüksek seviyelere çıkartılabilmesi için bazı ilkeler belirlenmiştir. Bu ilkeler (Ayaş, 2007: 63):

- Yerel kaynaklar kullanımı süresince sürdürülebilirliğin hakim olması,
- Turizmin kaynakları arasında olan doğal, ekonomik, toplumsal ve kültürel farklılıkların koruma altına alınması,
- Turizmdeki gelişmelerin çevresel, toplumsal ve ekonomik etkilerinin belirlenmesi ve değerlendirilmesi,
- Turizm sektöründe oluşan talep değişikliklerine uyumlu olunması olarak sıralanmıştır.

Turizm sektöründe kurumsal sürdürülebilirlik kavramı daha çok çevreye duyarlı ve geleceğe dost olarak kriterler oluşturan yeşil ekonomi veya yeşil sürdürülebilirlik olarak oluşturulmaktadır (Kuşat, 2013).

Sürdürülebilir turizm sayesinde 12 temel hedefe ulaşılabilir. Bu hedefler; ekonomik süreklilik, yerel refah, istihdam kalitesi, sosyal eşitlik, ziyaretçi memnuniyeti, yerel kontrol, toplumsal refah, kültürel zenginlik, fiziki bütünlük, biyolojik çeşitlilik, kaynak verimliliği ve çevresel saflıktır (TÜSİAD, 2012: 20).

Yeşil ekonomi ve sürdürülebilir turizm sayesinde sadece doğal kaynaklarla ilgili politikalar ve uygulamalar değil, turistlerin beklentilerinin de önemli tutulması sağlanmaktadır. Son dönemlerde ortaya çıkan gelişmeler sonucu, turistlerin temiz plaj ve temiz suya erişim beklentileri yeşil tesislerin desteklenmesi gerektiğini ortaya çıkartmaktadır. Bu gelişmeler tüketicilerde doğa bilincinin arttığına işaret etmektedir (TÜSİAD, 2012: 27).

Dünya'da ortaya çıkan kurumsal sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm gelişmeleri paralelinde, Türkiye'de 1993 yılından itibaren Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisleri Projesi kapsamında oluşturulmuş ve 2008 yılından itibaren Yeşil Yıldız belgesi verilmeye başlanmıştır. Bu uygulama ile turizm sektöründeki müşterilere doğaya karşı saygılı olan ve geleceğe yatırım yapan turizm firmalarını tanımları sağlanmaktadır (Tutar, 2015: 344).

Yeşil yıldız, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının başlattığı Çevreye duyarlı konaklama tesisleri projesi ve sürdürülebilir turizm uygulamaları kapsamında çevreye duyarlı konaklama tesislerine verilen bir çevre etiketi uygulamasıdır (TUYUP, 2017: 1).

Turizm konaklama işletmelerinin yeşil yıldız almak istemelerindeki temel sebepler şunlardır (TUYUP, 2017: 2):

- Su tasarrufu sağlamak
- Doğal kaynakların tasarruflu kullanımını sağlamak
- Enerji verimliliğinin arttırılmasını sağlamak
- Çevreye zararlı maddelerin tüketiminin ve atık miktarının azaltılmasını sağlamak
- Yenilenebilir enerji kaynaklarının ve geri dönüşümlü maddelerin kullanımının teşvik edilmesini sağlamak
- Konaklama işletmelerinin yatırım aşamasından itibaren çevreye duyarlı olarak planlamalarını sağlamak
- Kapsayıcı bir yaklaşımla çevreyi korumak

- Çevre bilincinin geliştirilmesi ve bu bilince sahip kitle tarafından tercih edilmek
- İşletme ölçeğinde orta vadeli maliyetleri azaltmak
- Tesis çalışanlarının bilinçlenmelerini sağlamak
- İş gücünün en verimli şekilde kullanılmasını sağlamak
- Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın sağladığı Elektrik Enerjisi Desteğinden faydalanmak
- Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde etmek ve hepsinden önemlisi çocuklarımıza “Yeşil Bir Miras” bırakabilmek için önemlidir!

Yeşil Yıldız almak isteyen tesislerin bu talepleri iki temel nedene bağlıdır. Bu nedenler ekolojik ve ekonomik nedenler olarak belirlenmiştir. Ekolojik nedenler kapsamında; su, hava, toprak, hayvanlar ve bitkiler bulunmaktadır. Ekonomik nedenlerin kapsamında ise maliyet, sürdürülebilirlik, müşteri talebi, karlılık ve rekabet bulunmaktadır (TUYUP, 2017: 4).

Yeşil yıldız almış olan turizm işletmeleri yerli ve yabancı turistler tarafından çeşitli sebeplerle tercih edilmektedirler. Bu sebeplerin en başında turist üzerinde doğaya karşı saygılı bir imaj oluşturması gelmektedir. Bu imajın yanında turizm sektörü içinde en hızlı büyüyen sektör yeşil yıldızdır. Yeşil Turizmi tercih eden turistlerin yıllık seyahat harcamalarının geleneksel bir turistten 2000 Dolar daha fazla olması sektöre büyük bir katkı sağlar. Ayrıca Yeşil yıldız sahibi bir oteli tercih eden turistlerin yarısından fazlası bir destinasyonda 8-14 gün arasında kalması büyük bir fırsat oluşturur. Yeşil Turizmi tercih eden her dört turistten birinin yıllık gelir seviyesinin 90 bin doların üstünde olması ekonomik yönden değerlidir. Tatil planlayanların %56'sının tesislerin 'yeşil' olup olmadığını detaylı olarak sorguladığı bir yapı oluşmuştur. İş için seyahat edenlerin %95'i otellerin 'yeşil' olması gerektiğine inanmaktadır. Tesiste sıcak su üretimi, ısıtma ve soğutma işlemlerinde 1°C lik değişimin % 5-7 tasarruf sağladığı tespit edilmiştir. Yapılacak yatırımın planlama aşamasında Yeşil Bina olarak yapılması, inşaatın yapım maliyetini % 5-10 artırırken, tasarruf % 50-70 civarında oluşmaktadır. Tasarruflu aydınlatma araçları ile %20 ile % 80 arası tasarruf sağlanmaktadır. Isıtma ve soğutmanın otomasyon sistemine bağlanması % 20 tasarruf sağlar. Frekans invertörü, ısı pompası, ısı geri kazanım sistemi, eşanjör, buhar jeneratörü, kojenerasyon, trijenerasyon ve hibrit sistemler gibi enerjinin kontrollü kullanılmasını sağlayan ekipmanların büyük oranda tasarruf sağladığı da belirlenmiştir. Bu sayede yeşil yıldız sahibi firmalar geleneksel işletmelerden daha tasarruflu bir çalışma sağlamaktadırlar (TUYUP, 2017: 18).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Sorunsalı

Günümüzde kaynakların yanlış kullanımı neticesinde ortaya çıkan sorunların farkına varılması ile birlikte artık ülkelerin tek amacı gelişmek ve kalkınmakla kalmayıp bu temel hedeflere ulaşmak ve sonuçlarını sürdürülebilir kılmak için çevreyle dost kalkınma ve gelişme politikaları oluşturulmalı ve uygulamalı görüşü yaygınlaşmıştır (Erkan vd., 2013: 64).

Bu araştırmada en son 30 Haziran 2017 tarihinde güncellenmiş olan Türkiye'deki çevreye duyarlı konaklama tesisi (Yeşil Yıldız) belgeli tesisler analitik yönden incelenmektedir. Araştırmada tamamen ikincil verilerden yararlanmıştır. Elde edilen veriler T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının yayınladığı verilerden elde edilmiştir.

3.2. Yeşil Yıldız Uygulamaları

Sürdürülebilir turizm kapsamında, çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi, turistik tesislerin çevreye olan olumlu katkılarının teşvik edilmesi ve özendirilmesi amacıyla, 1993 yılından itibaren talep eden ve aranan nitelikleri taşıyan konaklama tesislerine, Kültür ve Turizm Bakanlığınca Çevre Dostu Kuruluş Belgesi (Çam Simgesi) verilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017). Çevrenin korunmasına yönelik önlemler ülkemizde giderek daha fazla önem kazanmaktadır. Bu nedenle, çevreye duyarlı konaklama işletmeleri için uygulanmakta olan sınıflandırma formu, güncellenmiş ve geliştirilmiş olup “Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye

Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair 2008/3 no'lu Tebliğ" ekinde, 22.09.2008 tarih ve 27005 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

Bu belgenin verilmesindeki amaç turizm tesisleri arasında gelecek nesillere yönelik çalışmalar yapan, çevreye duyarlı ve insan faktörünü de göz önünde tutan tesislerin belirlenmesi ve bu sayede yerli ve yabancı turistlere hassasiyetlerine uygun tesisleri belirlemede yardımcı olabilmektir (TUYUP, 2017: 3).

30 Haziran 2017 tarihinde yayınlanan en son listeye göre tüm Türkiye çapında toplamda 4670 konaklama tesisinden 404 konaklama tesisi yeşil yıldız belgesi almaya hak kazanmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017). Tablo 1'de görüldüğü üzere yeşil yıldız belgesine sahip tesis sayısı toplam tesis sayısı dikkate alındığında Türkiye'deki konaklama tesislerinin % 8,75 'ini oluşturmaktadır. Bu yeşil yıldız konusunda daha fazla gelişmeye ihtiyacın olduğunu ortaya çıkarmaktadır.

30 Haziran 2017 tarihinde yayınlanan Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Listesinde yer alan Yeşil yıldız belgeli konaklama tesislerinin illere göre dağılımı aşağıdaki Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Türkiye'deki Yeşil Yıldız Belgeli Konaklama Tesislerinin İllere Göre Dağılımı

İLLER	Yeşil Yıldızlı Konaklama Tesisi Sayısı	İLLER	Yeşil Yıldızlı Konaklama Tesisi Sayısı
ADANA	3	KOCAELİ	2
AFYONKARAHİSAR	4	KONYA	3
ANKARA	20	KÜTAHYA	1
ANTALYA	201	MALATYA	1
AYDIN	5	MARDİN	1
BOLU	1	MERSİN	2
BURSA	6	MUĞLA	37
ÇANAKKALE	1	NEVŞEHİR	3
DENİZLİ	2	ORDU	3
ERZURUM	2	SAKARYA	1
ESKİŞEHİR	3	SAMSUN	1
GAZİANTEP	4	SİNOP	1
GİRESUN	1	ŞANLIURFA	3
HATAY	4	TEKİRDAĞ	1
İSTANBUL	56	TRABZON	1
İZMİR	27	YALOVA	1
KAYSERİ	1	ZONGULDAK	1

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017)

Yeşil yıldız belgeli konaklama tesislerinin Türkiye'deki dağılımına baktığımızda toplamda sadece 34 ilde yeşil yıldız belgeli konaklama tesisinin olduğu ve 47 ilde bulunan konaklama tesislerinde ise yeşil yıldız belgesinin olmadığı anlaşılmıştır.

Tablo.1'e göre en çok belgeye sahip konaklama tesisi sayısı olan il 201 tesis ile Antalya'dır. Bu sonuç şaşırtıcı olmamakla birlikte Antalya'nın, Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden biri olmasından dolayıdır.

İkinci sırada ise 56 tesis ile Türkiye'nin en büyük ili olan İstanbul'dur.

Üçüncü sırada 37 tesis ile yine bir başka turizm şehri olan Muğla gelmektedir. 14 ilde ise sadece bir tesiste bu belge bulunmaktadır.

Yeşil yıldız belgelerinin otel türüne göre dağılımı Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2: Türkiye'deki Yeşil Yıldızlı Tesislerin Türlerine Göre Ayrımı

TESİS TÜRÜ	SAYISI
B TİPİ TATİL SİTESİ	1
BUTİK OTEL	10
MÜSTAKİL APART OTEL	5
OTEL	323
OTEL + GOLF TESİSİ	5
ÖZEL KONAKLAMA TESİSİ	14
ÖZEL KON. TESİSİ + GOLF TESİSİ	1
PERSONEL EĞİTİM TESİSİ	1
TATİL KÖYÜ	27
TERMAL OTEL	14
TURİZM KOMPLEKSİ	3

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017)

Tesis türlerine göre yapılmış olan ayırım Tablo.2'de gösterilmiştir. Tablo.2'ye göre 323 adet tesis Otel türünde, 27 tesis Tatil Köyü türünde, 14 tesis Özel Konaklama Tesisi ve 14 tesis Termal Otel türünde olduğu görülmektedir.

Yeşil yıldız sahibi tesislerin sınıflarına göre ayırımı Tablo.3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: Yeşil Yıldızlı Tesislerin Sınıflarına Göre Ayrımı

TESİS SINIFI	SAYISI
1. SINIF	1
2 YILDIZLI	1
3 YILDIZLI	14
4 YILDIZLI	82
5 YILDIZLI	272

Kaynak: (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017)

Tesis sınıflarına bakıldığında Tablo.3'e göre 272 adet tesis 5 yıldızlı ve 82 tesis 4 yıldızlı sınıfta olduğu görülmektedir. Bu durum Yeşil Yıldızlı tesislerin büyük çoğunluğunun sınıf olarak yüksek dereceli olduğunu göstermektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'deki Yeşil yıldız uygulamaları, dünya çapındaki çeşitli ülkelerden Türkiye'ye gelen turistlerin talepleri yanında Türk vatandaşı olup turist olarak turizm bölgelerine gidenlerin de bakış açılarındaki değişimler sonucu ihtiyaç haline gelmiştir. Sürdürülebilir turizmin ana amacı ülkedeki turizm potansiyelini, çevreye, topluma, tarihsel, doğal ve kültürel varlıklara herhangi bir zarar vermeden, bölge ekonomisine ve sosyal yaşama her zaman katkı sağlaması şeklinde oluşturulmalıdır (Mesci, 2014: 100).

Ortaya çıkan bu beklentiler ve oluşacak katkının artırılması devletin verdiği veya vereceği destekle mümkün olabilecektir. Bu sebeple T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı beklentilerin karşılanması ve turistlerin tesisleri daha yakından tanımaları için 1993 yılından itibaren Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Projesi uygulamaya konulmuştur.

30 Haziran 2017 tarihinde güncellenmiş listedeki bilgilere dayanarak oluşturulan araştırma yeşil yıldız uygulamasının şu andaki durumunu ortaya koymaktadır. Güncellenmiş listeye göre Türkiye'deki tüm konaklama tesislerinin sadece %8,75'i yeşil yıldız belgesine sahiptir. Bu oran Türkiye gibi turizm sektörünü lokomotif sektör haline getirmiş bir ülke için çok düşük bir profil göstermektedir. Ortaya çıkan oranın daha yükseltilmesi için daha duyarlı davranılmalı ve yeşil yıldız uygulamalarının yaygınlaştırılması gerekmektedir. Güncel listenin de ortaya koyduğu gibi yeşil yıldız belgeli tesislerin büyük çoğunluğu Antalya ve Muğla gibi ekonomileri ağırlıklı olarak turizme dayalı olan illerde olduğu görülmektedir. Çoğunluk tesislerin turizm bölgelerinde olması şartıdır. Özellikle yerli ve yabancı turistlerin tercih ettiği bu iki il turizm sektöründe de yön verici konumdadır.

Bütün sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de insan hedefli ve çevreye duyarlı faaliyetler yürütmek gerekliliği yeşil yıldız gibi çevre ve sosyal duyarlılığı artırıcı projelerin ortaya çıkmasına destek olmuştur. Bu çalışmaların yürütülmesi hem bugün hem de gelecek nesiller için hayati önemdedir. Devlet destekli projelerin sayısının artırılması çevresel ve sosyal bilinci artırmaya yardımcı olacaktır.

Yapılan çalışma ile turizm sektörü içindeki uygulamalar genel bir şekilde gösterilmiş ve 2017 yılı itibari ile Türkiye'de bulunan yeşil yıldız sahibi işletmeler iller bazında ve türler bazında gösterilmiştir. Buradaki amaç yeşil yıldızın şu anki durumunu göstermek ve gelecekte yatırım yapılması gereken bölgeleri gösterebilmektir.

Bu çalışma ile bir farkındalık oluşturarak turizm sektöründe faaliyet gösteren bütün tesislerin ekonomik hedeflerinin yanına sosyal ve çevresel hedefler de belirleyerek gelecek nesillere değerli miraslar bırakmak için çalışmalara katılmaları amaçlanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Alkan, C. (2015). Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama. *Journal of Yasar University*, 10/40, 6692-6710.
- Ayaş, N. (2007). Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 59-69.
- Caymaz, E., Soran, s., & Erenel, F. (2014). İşletmelerde kurumsal Sürdürülebilirlik ve Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlişkisi: Küresel ilkeler Sözleşmesi Türkiye Örneği. *Ulusal İşletmecilik Kongresi*.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2002). Beyond The Business Case For Corporate Sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 130-141.
- Erkan, Ç, Tutar, F, Tutar, E & Eren, M. V. (2013). Yeşil Ekonomi ve Turizm. *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Cilt 5, Sayı 1*, 62-72.

- Giritlioğlu, İ. ve Güzel, M.O. (2015). Otel İşletmelerinde Yeşil Yıldız Uygulamaları: Gaziantep Ve Hatay Bölgesinde Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 8 Sayı: 40, 889-890.
- Kuşat, N. (2013). Yeşil Sürdürülebilirlik İçin Yeşil Ekonomi: Avantaj ve Dezavantajları - Türkiye İncelemesi. *Journal of Yasar University* 29(8), 4896 - 4916
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2017, 08 10). *Turizm tesisleri*. 08 10, 2017 tarihinde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü: <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9579/turizm-tesisleri.html> adresinden alındı
- Lou, Y. (2005). Corporate governance and accountability in multinational enterprises: Concepts and agenda. *Journal Of International Management* (11).
- Mesci, Z. (2014). Otellerin Çevrei Uygulamalarının değerlendirilmesi: Yeşil Yıldızlı Bir Otel İşletmesinde Örnek Olay Çalışması. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi* , 90-102.
- OECD. (2004). *Corporate Government Principles*. OECD.
- Saltaji, M. I. (2013). Corporate Governance Relation with Corporate Sustainability. *International Auditing and Risk Management* , 130-141.
- Şit, Mustafa (2016). Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, Cilt: 7 Sayı:1, 101-117.
- Taşlıçay. (2012). Turizm İşletmesi ve Turizm Yatırımı Belgesi Başvuru Kılavuzu. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü
- Tutar, F.K. (2015). Yeşil Ekonomi, Yeşil Turizm: Türkiyede Turizm Sektöründe Yeni Trend Yeşillenen Oteller Projesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 3, Sayı:13, 328-352.
- TUYUP. (2017). *Yeşil Yıldız Uygulamaları*. TUYUP.
- TÜSİAD. (2002). *Kurumsal Yönetim En İyi Uygulama Kodu: Yönetim Kurulunun Yapısı Ve işleyişi* (Cilt TÜSİAD-T/2002/12/336). İstanbul.
- TÜSİAD. (2012). *Sürdürülebilir Turizm*. www.tusiad.org.tr.
- Ülgen, H. ve Mirze, K. (2013). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, C.3, S.5. s.54-71.

TURİZM DESTİNASYONLARINDA SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞİM: GÖYNÜK YEREL TURİZM PAYDAŞLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Doç. Dr. Rahmi YÜCEL
Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
yucel_r@ibu.edu.tr

Arş. Gör. İsa BAYHAN
Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Turizm İşletmeciliği Bölümü
isabayhan@ibu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Serkan ŞENGÜL
Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Turizm İşletmeciliği Bölümü
info@serkansengul.net

Özet

Bu çalışmanın amacı, turizm destinasyonlarında sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için, uygulanan turizm politikaları ve turizm yaklaşımlarının gelişim süreçleriyle birlikte ortaya konulmasıdır. Çalışmanın bir turizm destinasyonunda bu konuda yapılan planlamaları ve alınan tedbirleri ortaya koyması bakımından turizmde sürdürülebilir gelişim süreçlerinin açıklanmasına katkıları sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamında tarihi İpek Yolu Koridorunda bulunan ve citta slow ağına katılım sağlayan Göynük destinasyonunda yerel turizm paydaşlarının konuya ilişkin görüş ve değerlendirmeleri incelenmiştir. Nitel araştırma modeline uygun olarak gerçekleştirilen çalışmada verilerin elde edilmesinde yarı yapılandırılmış mülakat formu kullanılmıştır. Çalışma sonucunda Göynük'ü diğer destinasyonlardan ayıran öne çıkan özelliklerin maneviyat, tarih ve kültür, sakinlik ve huzur olduğu görülmektedir. Ayrıca paydaşların bölgede turizm gelişimi konusunda temel endişelerinin altyapı ve bürokratik engeller konusunda yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Paydaşlar açısından alternatif turizm çeşitlerinin bölgenin sahip olduğu özellikler doğrultusunda ortaya çıkartılması ve farklı rotaların oluşturulmaya çalışılması da önemli unsurlar arasındadır. Göynük'ün turizm geleceği konusunda iyimser olan paydaşların turizm gelişimi açısından devlet destek ve teşviklerini oldukça gerekli gördükleri de ulaşılan önemli bir sonuçtur.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir gelişim, Sürdürülebilir turizm, yerel turizm paydaşları, Göynük, Bolu.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN TOURISM DESTINATIONS: RESEARCH ON GÖYNÜK LOCAL TOURISM STAKEHOLDERS

Abstract

The purpose of this study is to provide sustainability in tourism destinations, along with the development processes of applied tourism policies and tourism approaches. It is thought that the employee will contribute to the presentation of sustainable development processes in tourism in terms of putting forward the plans and measures taken in this regard in a tourism destination. Within the scope of the research, the opinions and evaluations of the local tourism stakeholders were examined in Göynük, which is located in the historical Silk Road Corridor and participated in the citta slow network. In the study conducted in accordance with the qualitative research model, the semi-structured interview form was used to obtain the data. As a result of the study, it is seen that the features that distinguish Göynük from other destinations are spirituality, history and culture, calmness and peace. In addition, it was concluded that the main concern of stakeholders were infrastructure and bureaucratic obstacles on tourism development in the region. In terms of stakeholders, it is important that revealing of different types of tourism in the line with characteristics of the region and trying to create different routes. It is also an important result that the stakeholders who are optimistic about Göynük's tourism future think that state support and incentives are very necessary for tourism development.

Key Words: Sustainable development, sustainable tourism, local tourism stakeholders, Göynük, Bolu.

1. GİRİŞ

Turizm destinasyonlarında sürdürülebilir bir gelişim sağlanabilmesi önemle üzerinde durulması gereken bir konudur. Sürdürülebilirliğin sağlanmasında turizm arz kaynaklarının etkin ve verimli bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Bu da belli bir destinasyondaki tüm paydaşların bu konuda üzerine düşen görevleri yerine getirmesi ve birbirlerini bu konuda kontrol ve teşvik etmesi ile mümkün olabilecektir. Bu amaçla destinasyonların sürdürülebilir bir kalkınma politikası ve planlamasının oluşturması oldukça elzemdir.

Organize olmuş ya da organize olmamış ortak bir ilgi alanı olan ya da bir konu ya da sistem üzerinde kısmen çıkarları olan bir grup insan olarak da tanımlanabilecek olan paydaşlar toplum içerisinde herhangi bir seviyede ya da pozisyonda olabilmektedirler (Grimble ve Wellard, 1997, s.175). Destinasyonun sürdürülebilir kalkınması ve turizmin gelişimi konularında ortak çıkarları olan paydaşların bu konuda beraber hareket etmesi hem kendi ekonomik çıkarları hem de destinasyonun sürdürülebilir gelişimi ve çevrenin korunması için oldukça önemlidir.

Sürdürülebilir gelişimin sağlanması turizm destinasyonlarını ekonomik, çevresel ve sosyal yönden olumlu bir şekilde etkileyebileceği gibi sürdürülebilirlik faaliyetlerini turizm gelişiminde dikkate almayan destinasyonlarının kısa vadede çevresel ve sosyal yönden uzun vadede ise ekonomik yönden olumsuz etkilerle karşılaşması muhtemeldir.

Turizm destinasyonlarının aktif paydaşlarının sürdürülebilir turizmin temel ideolojisi ve gücünü anlaması oldukça önemlidir. Sürdürülebilir gelişim kavramının içerdiği unsurlar ve bu unsurların ortaya çıkardığı konular paydaşların turizmin gelişiminin nasıl olması gerektiği ve niçin belirli kurallar çerçevesinde hareket edilmesi gerektiğini kavramasına da yardımcı olmaktadır (Lyon, Hunter-Jones ve Warnaby, 2017).

Bu çalışmada turizm destinasyonlarında sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için, uygulanan turizm politikaları ve turizm yaklaşımlarının gelişim süreçleriyle birlikte ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda araştırma sonuçları ışığında paydaşların bu konudaki düşünceleri hakkında fikir edinebilmek ve bu doğrultuda turizm destinasyonlarının sürdürülebilir gelişimini nasıl sağlaması gerektiği konusunda değerlendirme yapmak mümkün olabilecektir. Çalışmanın bir turizm destinasyonunda bu konuda yapılan planlamaları ve alınan tedbirleri ortaya koyması bakımından da yazına katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında örneklem olarak seçilen destinasyon paydaşlarının sürdürülebilir gelişim konusundaki görüşlerinin tespit edilmesi, bununla birlikte turizm gelişimi konusundaki düşünceleri ve mikro bağlamda kullanılabilecek unsurların ortaya konulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Bu konularda neler yapılması gerektiği ile ilgili öneriler sunulması, gelecekte benzer destinasyonların sürdürülebilir turizm gelişimi konusunda başarılı olabilmesi için de katkı sağlayacaktır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Turizm faaliyetlerinin doğal kaynakların sürdürülebilirliği üzerinde etkileri düşünüldüğünde tarihi, kültürel ve çevresel değerlerin sağlıklı bir şekilde tahrip edilmeden gelecek nesillere aktarılabilmesi için bir takım önlemler alınması oldukça önemlidir. Bu önlemler sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde ortaya çıkartılmalı bu doğrultuda kalkınmayı sağlamak için sürdürülebilirlikten, sürdürülebilirliği sağlamak için ise kalkınma anlayışından vazgeçilmemelidir.

Sürdürülebilirlik anlayışı için uluslararası platformda gerçekleştirilen bir takım çalışmalar bulunmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma anlayışına 1987 yılında yayımlanan Brundtland Raporu'nda önemle değinilmesinden sonra 1992 yılında gerçekleştirilen Rio Zirvesi'nin sonuç bildirgesi olan Gündem 21'de bu faaliyetler için bir çerçeve çizilmiştir (Delgado ve Palomeque 2014). 2002 yılında gerçekleştirilen Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde ise sürdürülebilir turizmin sağlanabilmesi için gerekenler sıralanmıştır (Ayuso, 2007).

Turistlerin ihtiyaç ve taleplerini karşılamak ve yerel halkın hayat kalitesini yükseltmek için ortaya çıkartılmış bir kalkınma modeli (Wan ve Li, 2011, s.53) olarak tanımlanabilecek olan sürdürülebilir

turizm olgusu, aynı zamanda turizmin ortaya çıkardığı yararların tüm paydaşlara eşit bir şekilde dağıtılmasını sağlamak için geliştirilen politika ve planlar olduğunu da söylemek mümkündür (Simpson, 2001, s.10). Yu, Chancellor ve Cole'a (2011) göre başarılı bir sürdürülebilir turizm gelişiminin sağlanabilmesi için yerel halkın turizmin planlama süreci içerisinde yer almasının sağlanması oldukça hayati bir konudur. Sürdürülebilir turizm girişimlerinin başarıya ulaşması için turizm destinasyonlarında yaşayan yerel halkın bu konuya verdikleri önemin yanı sıra bu konuda gösterdikleri performanslarda oldukça önemlidir (Boley, McGehee ve Hammett, 2017). Eber (1992) sürdürülebilir turizm için izlenmesi gereken ilkeleri şu şekilde sıralamıştır:

1. Sürdürülebilir kaynaklar kullanmak
2. Aşırı tüketim ve israfın azalması
3. Çeşitliliğin korunması
4. Turizm planlarına sürdürülebilirliğin entegre edilmesi
5. Yerel ekonomilerin desteklenmesi
6. Yerel toplulukların katılımı
7. Paydaşların ve kamu otoritelerinin görüşlerinin alınması
8. Personelin eğitilmesi
9. Sorumlu pazarlama
10. Araştırmaların üstlenilmesi

Coccosis (1996) sürdürülebilir turizmin dört farklı bakış açısıyla değerlendirilmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Bunları: “turizmin ekonomik sürdürülebilirliği”, “ekolojik sürdürülebilir turizm”, “sürdürülebilir turizm gelişimi” ve “sürdürülebilir kalkınma stratejisinin bir parçası olarak turizm” olarak bölümlendirmiştir.

Dünya Turizm Örgütü (WTO, 2001) sürdürülebilir kalkınma kavramını “*Sürdürülebilir turizmin gelişimi, mevcut turistlerin ve ev sahibi ülkelerin ihtiyaçlarını karşılarken gelecek için fırsatları korur ve geliştirir. Aynı zamanda sürdürülebilir turizm gelişiminin kültürel bütünlüğü, temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitliliği ve yaşam destek sistemlerini koruyarak ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanacağı şekilde tüm kaynakların yönetimine liderlik etmesi öngörülmektedir*” şeklinde açıklamaktadır.

Literatürde gerçekleştirilen sürdürülebilir turizm gelişimi ve kalkınması konusundaki araştırmalar incelendiğinde destinasyonların turizm sürdürülebilirliği konusunda ölçeklendirilmesi, sürdürülebilirlik derecelerinin belirlenmesi ve turizm sürdürülebilirliğini değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilen çalışmalara rastlanmaktadır (Ko, 2001; Ko, 2005; Choi ve Sirakaya, 2006). Bu çalışmalar ile sürdürülebilir turizm gelişiminin nasıl sağlanması gerektiği ve turizm destinasyonlarının sürdürülebilirlik ölçütlerinin neler olması gerektiği konusunda göstergeler ve kriterler ortaya çıkartılmıştır. Ortaya çıkartılan kriterler incelendiğinde ekonomik sürdürülebilirlik ve yerel iş geliştirme, çevresel sürdürülebilirlik, kültürel mirasın korunması, (Choi ve Sirakaya, 2006) taşıma kapasitesi, yeşil sertifikalar, kaynakların kullanımı (Fernandez ve Sanchez Rivero, 2009), toplumsal fayda (Mearns, 2011), yerel halkın katılımı (Manning, 2004) gibi kavramların ön plana çıktığı görülmektedir. Özellikle ekoturizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği turizm destinasyonlarında sürdürülebilirlik kriterleri “alana” ve “zamana” göre değişebilmektedir. Subjektif ölçütleri gösterge olarak kullanılmak bu faktörlerin çeşitliliğini yansıtmaktadır (Tsaur, Lin ve Lin, 2006). Bu araştırmalarda oluşturulan ölçeklerle turizm destinasyonlarının sürdürülebilir ya da sürdürülemez ekseni içerisinde değerlendirilmesi ile destinasyonun sürdürülebilirlik düzeylerinin de ortaya konulduğu tespit edilmiştir (Ko, 2001).

Turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında ortaya çıkan en önemli konulardan biri sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin kitle turizmi içerisinde yer bulmasının sağlanabilmesidir. Bunun için Dünya Turizm Örgütü ve Sürdürülebilir Turizm İdare Komisyonu'nun bu konuda çalışan organlarının

kullanılması ve standartların belirlenerek en iyi uygulamalara teşvikler verilmesi sağlanmalıdır (Font ve Sallows, 2002). Ekoturizm uygulanan bölgelerin yapısı gereği sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin kullanımının daha kolay olduğu ve bu doğrultuda hareket edildiği bilinmektedir. Ancak kitle turizmi gibi dünyada kaynak tüketimi konusunda en büyük etken olan faaliyetlerin sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde değerlendirilebilmesi ve bu konuda yasal düzenlemeler getirilmesi de bu destinasyonların gelecekte var olabilmesi ve mevcut değerini koruyabilmesi içinde oldukça hayatidir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı turizm destinasyonlarında sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için, uygulanan turizm politikaları ve turizm yaklaşımlarının gelişim süreçleriyle birlikte ortaya konulmasıdır. Araştırmanın amacı doğrultusunda kalkınma ve sürdürülebilir gelişim, turizm gelişimi ve mikro bağlamda destinasyon gelişiminde kullanılabilecek unsurların belirlenmeye çalışılması çalışmanın alt amaçları olarak ön plana çıkmaktadır.

Bu amaçlara ulaşabilmek için çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. *“Algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma”* (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.41) olarak tanımlanan nitel araştırmalar sosyal bilimlerde gerçekleştirilen birçok çalışmada kullanılmaktadır. Araştırmada verilerin elde edilmesi için kullanılan görüşme tekniği Bogdan ve Biklen’e göre (1992) kişilerin deneyim, bakış açısı, duyu ve algılarını ortaya çıkarmada kullanılan oldukça kuvvetli bir yöntemdir. Bu durumda birçok araştırmada görüşme tekniğinin tercih edilmesinde oldukça önemli bir etken konumundadır.

3.1. Örneklem

Nitel araştırmada araştırmaya seçkin veriler sağlayacak katılımcıların belirlenmesi oldukça önemlidir. Bu nedenle amaçlı örneklem yöntemlerinin kullanılması nitel araştırmalar için elzemdir. Bu durumda *“görel olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve bu örnekte çalışılan probleme taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğinin en fazla derecede sağlamaya çalışan”* maksimum çeşitlilik örneklem yönteminin nitel araştırmalarda oldukça sık tercih edilmesine neden olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.119).

Amaçlı örneklem yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örneklem yöntemi kullanılan çalışmanın evrenini Bolu İlinin Göynük İlçe merkezi oluşturmaktadır. Çalışma alanı olarak seçilen Göynük Osmanlı mimari özelliklerinin görüldüğü, tarihi İpek Yolu koridorunda yer alan, sakin şehir (citta slow) ünvanına sahip bir yerleşim yeridir. İlçe merkezinde bulunan turizm paydaşları araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışmada Göynük’ün araştırma evreni olarak seçilmesinin nedenleri içerisinde tarihi ve kültürel değerleri ile zengin bir turizm destinasyonu olması, sürdürülebilir turizm konusunda ilçede çalışmalar ve oluşumların bulunması, araştırmacıların Bolu şehrinde görev yapıyor olması ve çalışmaya dâhil edilebilecek katılımcılar ile kolay iletişim olanaklarının bulunması da yer almaktadır.

Araştırma örneklemini oluşturan kamu ve özel sektör temsilcileri ile görüşmeler yapılabilmesinin sağlanabilmesi amacıyla randevu talep edilmiş kamu sektöründeki üst düzey yöneticiler ve ilçede turizm alanında faaliyet gösteren konak işletmecileri ile bireysel, katılımcı görüşmeler sağlanmıştır. Çalışmaya katılan paydaşlarla görev yaptıkları kurum ve iş yerlerinde görüşmeler gerçekleştirilmiştir. 8 turizm paydaşı ile gerçekleştirilen görüşmeler sonrasında anlatılan konuların tekrar edilmeye başlaması ve bir doygunluğa ulaşması nedeniyle (Miles ve Huberman, 1994) paydaş sayısı yeterli görülmüştür. Araştırmanın katılımcıları hakkında tanımlayıcı bilgilere Tablo 1’de yer verilmiştir.

3.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın tasarlanmasında nitel araştırma modellerinden betimsel analiz kullanılmıştır. Verilerin elde edilebilmesi için ise görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olduğu düşünülen 28 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış mülakat formu literatür taraması sonucunda Lyon, Hunter-Jones ve Warnaby’in (2017) sürdürülebilir gelişim ve turizm gelişimi konusunda kullandığı ölçekten faydalanarak oluşturulmuş ve araştırmacılar tarafından eklemeler yapılarak geliştirilmiştir.

Ölçeğin dil geçerliliğinin sağlanabilmesi amacıyla; literatür taraması sonucunda oluşturulan yarı yapılandırılmış mülakat formunda kullanılması düşünülen soruların, çeviri metodolojisine uygun olarak Türkçeye çevrilebilmesi için çeviri - geri çeviri işlemi yapılmıştır. Bu işlem sonucunda oluşan çeviri hataları araştırmacılar tarafından giderilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliğinin sağlanabilmesi amacıyla ise mülakat formu turizm ve sürdürülebilirlik alanında çalışmaları olan üç akademisyen tarafından anlam belirsizliklerini ortadan kaldırmak, anlaşılabilirliği ve anlam bütünlüğünü sağlayabilmek amacıyla değerlendirilmiş ve yapılan eleştiriler ve düzenlemeler sonucunda ölçek örneklem üzerinde uygulanmıştır. 31 Mayıs 2017 – 15 Haziran 2017 tarihleri arasında ortalama 40 dakikalık süreler şeklinde gerçekleştirilen mülakat görüşmeleri araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmiş ses kayıt cihazları ile kayıt altına alınmıştır.

3.3. Veri Analizi

Çalışmanın tasarlanmasında, elde edilen verilerin daha önceden belirlenen kategorilere göre özetlenmesini ve yorumlanmasını temel alan betimsel analiz kullanılmıştır. Amacı bulguların düzenlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde sunulması olan betimsel analizde (Yıldırım ve Şimşek, 2016:239-240) araştırılan konunun ayrıntılı bir şekilde aktarılabilmesi ve betimsel bir analiz yapılabilmesi için araştırmaya konu olan katılımcıların görüş ve deneyimlerinin mümkün olduğunca doğrudan sunulması oldukça önemlidir. Elde edilen verilerin ayrıntılı ve derinlemesine olması araştırma sonucunda ulaşılan sonuçların geçerlilik ve güvenilirliğine ilişkin önemli bir gösterge konumundadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.48).

Bu araştırmada verilerin analizi için Walcott'un (1994) önerdiği üç yol kullanılmıştır. Bu kapsamda toplanan verinin özgünlüğünün korunabilmesi amacıyla katılımcılarının söylemlerine doğrudan alıntılar yapılmasının yanı sıra araştırma sorularına verilen cevaplar sistematik olarak bazı kategoriler altında incelenmiştir. Bunlara ek olarak araştırmacıların yorumları da veri analizlerinde kullanılmıştır. Çalışmada görüşmeler sonucunda raporlanan metinlerin analizi için içerik analizinden faydalanılmıştır. Analiz birimi olarak ise tümevarım yaklaşımı tercih edilmiştir. İçerik analizinde Strauss ve Corbin'in (1990) önerdiği model kapsamında kodlama, kategorileri belirleme, kategorileri isimlendirme ve bu kategorilerin özelliklerinin tanımlanması gerçekleştirilerek süreç tamamlanmıştır. Araştırmacılar tarafından ön okuması yapılan metinlerin kod şemaları çıkartılarak incelenmiş ve kodlama işlemi tamamlanmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde Göynük yerel turizm paydaşlarının sürdürülebilir gelişim konusundaki düşüncelerini değerlendirmek için yapılan çalışmanın bulgularına yer verilmiştir. Bu kapsamda araştırmaya katılanlar hakkında tanımlayıcı bilgiler verildikten sonra görüşmelere ilişkin bulgular kapsamlı bir şekilde sunulmaktadır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular ana kategoriler ve alt kategorilere ayrılarak öne çıkan örnek alıntılardan bazılarına yer verilmiştir.

Görüşmede yer alan katılımcılara ait tanımlayıcı bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır. Katılımcılarının yaşlarının 29 ile 63 arasında değiştiği ve katılımcılarının çoğunluğunun erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların kurum ve konuları incelendiğinde ilçenin turizmi konusunda söz sahibi ve önemli paydaşları olmasının yanı sıra üst düzey yetkililer ile görüşmelerin sağlanmış olması da çalışma sonuçlarının geçerliliği için önemli bir unsur olarak düşünülmektedir.

Tablo 1: Katılımcılara Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Kodlama	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Unvan	Memleket
G1	Erkek	29	Yüksek Lisans	Kaymakam	Ankara
G2	Erkek	48	Lise	Belediye Başkanı	Göynük
G3	Kadın	38	Lisans	Kültür ve Sosyal İşler Müdürü	Ankara
G4	Erkek	53	Lisans	Veri Hazırlama Memuru	Göynük
G5	Erkek	36	Lise	Konak İşletmecisi	Göynük

G6	Erkek	63	Lise	Konak İşletmecisi	Göynük
G7	Erkek	57	Lisans	Konak İşletmecisi	Göynük
G8	Erkek	38	Lise	Konak Yetkilisi	Göynük

Katılımcılardan görüşme yolu ile elde edilen verilerin içerik analizine tabi tutulması sonucunda ortaya çıkan bulgular Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5 ve Tablo 6'da sunulmuştur. Elde edilen bulgular ışığında Göynük'ün tanınırlığı ve katılımcıların algılarındaki yerini tespit etmek amacıyla oluşturulan sorulara verilen yanıtlar incelendiğinde (Tablo 2) sakinlik, maneviyat, tarih ve kültür ile doğal güzellikler kodlarının ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Akşemseddin Türbesinin bölge turizmi ve kültürü için oldukça önemli olduğu, verilen cevaplar neticesinde de ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların üç soru için verdiği cevaplar incelendiğinde bu ifadenin frekans sayısının 12 olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2: Göynük Algısı ile İlgili Bulgular

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Göynük sizin için ne ifade ediyor?	Göynük	Tarih ve Kültür	G1: "İpek yolu üzerinde bulunan tarihi dokuya sahip Akşemseddin hazretlerinin yaşadığı, hem dini anlamda hem kültürel anlamda önemli bir Osmanlı kasabası."
		Aile Bağları ve Yaşam	G5: "Ben bura doğumluyum, 1981, hiçbir yere gitmedim, okulumu da burada okudum ticarete burada, ben iki günlüğüne bir yere gittiğimde bile özliyorum buraya, Göynük benim için Yaşanabilecek bir yer."
Sakinlik		G3: "Sakin şehir"	
Maneviyat		G4: "Göynük öncelikle maneviyatı çağırır. Eğer maneviyat olmazsa maneviyattan kastımda şu Akşemseddin hazretleri Ömer Sıkkın hazretleri Debbağ Dede hazretleri ve hiç bilinmeyen Göynük biraz daha ilerisinde Adapazarı yolu üzerinde Hüsnü Efendi'yi çağırır."	
Doğal Güzellik		G8: "Evleri kültürü tarihi varlıkları Akşemseddin turizmi, dini turizm birde doğal güzelliği çubuk gölü ve sünnet gölü."	
Göynük'ü tanımlamak için hangi sıfatları kullanırdınız?		İnanç Turizmi	G2: "İnanç turizmi ön planda Akşemseddin hazretlerinin türbesi burada olduğu için onu ziyarete geliyorlar, tarih ve doğa Ömer Sıkkın hazretleri de burada önemli onun içinde geliyorlar, türbeler için, inanç turizmi açısından çok önemli bir noktada."
		Sakin Şehir	G4: "Büyükşehirin o sıkıntılı stresli yaşantısından uzaklaşmak isteyenlerin öncelikle tercih ettiği yer Göynük. Burada gerçekten huzur var burada mutluluk var burada paylama var."
Sizce konuklarınız için Göynük ne ifade ediyor?		Kültür Turizmi	G7: "Kültür için geliyorlar, Akşemseddin hazretlerinin türbesi burada, doğal güzellikler göller yaylası var çağlayanı var kimse bilmez şuan, insanların hem doğal olarak hem tarihi olarak yani cezbeden özellikleri var."
		Doğa	

Araştırma bulgularında ikinci elde edilen tema kalkınma ve sürdürülebilir gelişimdir. Bu kapsamda katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda 10 kod ortaya çıkartılmıştır. Tablo 3 incelendiğinde bölgenin turizm gelişiminde temel endişenin altyapı ve bürokratik engeller olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bölgesel kalkınma kapsamında yerel yönetimin öncü ve yol gösterici bir yol izlemesi gerektiği de araştırmada elde edilen bir diğer bulgudur. Bölgedeki kaynakların eşit dağılımı konusunda ise katılımcıların ekonomik ve istihdam alt kategorilerinde değerlendirmeler yaptıkları çevresel ve kültürel boyutlardan bahsetmedikleri de tespit edilmiştir.

Tablo 3: Kalkınma ve Sürdürülebilir Girişim ile İlgili Bulgular

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Bölgedeki turizm gelişimi ile ilgili temel endişeniz nedir?	Kalkınma ve Sürdürülebilir Gelişim	Altyapı	G6: “En büyük problem ulaşım yollarının yapılması ulaşım zor olduğu için gelen insan bir daha gelmek istemiyor, altyapı yavaş yavaş tamamlanmaya başladı yapılıyor oluyor, yani insanlar gelip konakta kalıyor en iyi restoranlar bölgede Göynük'tedir. Oteller yeterli mi yeterli değil destek gerekiyor turizm bakanlığına bu işe girerken sorduk kültür müdürlüğünün bile haberi yok, yol açıcı bir şey yok hep duvar, uğraşmak çok zor tarihi sit alanı, hemen şikâyetle engelleniyor, sürekli olumsuz bir tavır var yapamazsın edemezsin yardımcı olunması lazım.”
		Bürokratik Engeller	G7: “Bakanlık destek vermedi bize destek vermiyorlar zorluk çıkarıyor, kültür bakanlığında işler engelleniyor ben savcılığı da verdim yok. Benim evim restorasyon oluyor, işler engelleniyor doğru gitmiyor.”
Öncü		G8: “Yerel yönetimin öncü bir rol üstlenmesi gerekiyor.”	
Yol Gösterici		G4: “Şimdi yerel yönetimler olmazsa olmaz. Yerel yönetim turizmin lokomotifidir. Veya arabanın motoru olmalıdır. Eğer o olmazsa olmaz.”	
Bölgesel kalkınma kapsamında yerel yönetimin rolü sizce nedir? Sizce nasıl bir rol üstlenmesi gerekir?		Ekonomik	G1: “Göynük anlamında benim söyleyebileceğim özellikle ekonomik anlamda toplum arasında bir uçurum gözlemlemiyorum. Göynükte'de Er piliç'in, Aksa'nın bulunduğunu biliyorum. İşsizlik probleminin olmadığı gözlemlenmekte Göynük'te o açıdan problemli olmayan ekonomik düzeyi düzgün olumlu bir ilçemiz.”
		İstihdam	G2: “Bölgemizde kanatlı sektörü tavukçuluk ön planda istihdamın büyük çoğunluğu da tavukçuluk üzerine özellikle köylerimizde yani biz şöyle planladık kalkınma planımızda köylerimizde tavukçuluk devam etsin ilçe merkezinde turizm ön planda olsun ve turizmle ön plana çıkartalım bu şekilde bir dağılım yaptık ve bu şekilde planlı bir şekilde yürüyor.”
Bölgedeki kaynakların dağılımı hakkında ne düşünüyorsunuz?			

Bölgedeki çevre koruma faaliyetleri konusunda katılımcılar ikiye bölünmüş durumdadır. Araştırmaya katılanların yarısı çevre koruma konusunda bölgede yeterli faaliyetlerde bulunulduğunu düşünürken diğer yarısı da bu konuda bölgede yapılan çalışmaların yetersiz olduğunu belirtmektedir. Göynük'ün geleceği konusunda katılımcıların bir kısmı kent kimliğinin iyimser olmaları için oldukça önemli bir konu olduğunu vurgularlarken turizm konusunun da gelecek için iyimser olmalarında önemli belirleyici olduğunu da ortaya koymuşlardır. Bu soruya verilen cevaplar içerisinde Göynük'ün geleceği ilgili olumsuz bir düşüncenin olmamasının da önemli bir bulgu olduğunu söylemek mümkündür (Tablo 3).

Tablo 3: Kalkınma ve Sürdürülebilir Girişim ile İlgili Bulgular (Devam)

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Bölgedeki çevre koruma faaliyetlerinin yeterliliği konusunda görüşünüz nedir?	Kalkınma ve Sürdürülebilir Gelişim	Yeterli	"G2: "Herhangi bir bozulmada söz konusu değil bir sorun var çevresel etkiyle ilgili tavukların gübrelerle doğaya deşarj oluyor onla ilgili bir dezavantaj sıkıntımız var bunu da çözdük şuan da iki tane ayrı firma yatırım yapıyor bölgeye tavuk gübresinden elektrik enerjisi üreteceğiz. Kalkınma planı içerisinde bu da vardı bu da şuan yoluna kondu. Şuanda belediyelerin topladığı çöplerin kentsel atıkların dönüştürülmesi ile ilgili çok ciddi bir sorun var bunu da biz çözme aşamasına geldik. Şuanda düzenli depolama sistemine geçeceğiz. Şuanda projeleri tamamlanmak üzere. Yer tahsisi de tamamlanmak üzere. Orman bakanlığından yer alıyoruz. Düzenli depolamaya geçeceğiz. Ondan da böylelikle kurtulmuş olacağız."
		Yetersiz	G7: "Yeterli değil, şimdi şöyle yeterli değil çevre koruma, şimdi burası turizm hedefi turizmde geleceği olan bir yer olarak görülmesine rağmen çevre ile ilgili gerekli çalışmalar yapılmıyor. Bir; burada tavukçuluk önemli bir sektör ama tavukçuluğun etrafa verdiği çevre kirliliği ile ilgili şuan da hiçbir çalışma yapılmıyor. Mesela gübre çevre için ormanların kirlenmesi bunlar etkili, ikincisi termik santral yapıldı termik santralle ilgili mesela şuan 40 km mesafede ama Göynük sınırları içinde yani onun çevreye verdiği zarar ne kadar etkili bunla ilgili bir çalışma olduğuna inanmıyorum. Özellikle tavukçuluk sektörünün bu bölgedeki turizmi etkileyecek en büyük engel olduğuna inanıyorum."
Göynük'ün geleceği konusunda iyimser misiniz?	Kalkınma ve Sürdürülebilir Gelişim	Kent Kimliği	G1: "Evet iyimserim çünkü Göynük gerçekten güzel bir kent trafik problemimin olmadığı sakin bir şekilde insanların hayatlarını sürdürebileceği büyükşehirlerdeki o baskının sıkıntının sıkışıklığın olmadığı bir yer ve doğal güzellikler kültürel ve tarihi özellikleri olan bir kent bu yüzden Göynük'ün geleceği konusunda iyimserim."
		Turizm	G8: "İyimserim. Yani şuan da Göynük'te turizm yeni açılan konaklarla beraber baya bir canlanmaya başladı. Geçmişte dönemlerde günlük hafta sonu müşteri ağırlama kapasitemiz daha fazlaydı. Şuanda biraz dini turizme doğru kaymakta yani gününbirlik gelip geçici konaklamadan oda restoran hizmetlerinde biraz patlamaya sebep oldu. Restoranlar kalitesini arttırdı bu konuda biraz gelişme oldu marketler yani süpermarketler ve yavaş yavaş daha güzel bir gelişmeye hızlı birden değil de otura otura gelişmesi daha güzel bence."

Tablo 4: Turizm Gelişimi ile İlgili Bulgular

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Bölgedeki turizm çeşitlerini ve düzeyini uygun buluyor musunuz? Burada daha fazla turizm faaliyeti görmek ister misiniz?	Turizm Gelişimi	Mevcut Potansiyel	G1: “Buradaki turizm faaliyetlerinin gayet yerinde olduğunu düşünüyorum. Göynük’te dini anlamda geliştirilen bir takım turizm faaliyetleri var aynı zamanda tabiatın yer altı zenginliklerinden kaynaklanan bir takım termal sularından kaynaklanan turizm faaliyetleri şu anda geliştiriliyor proje aşamasında bunların ben yeterli olduğunu düşünüyorum şu aşamada ama gelecek vadede tekrardan sorgulanabilir, düşünülebilir.”
		Yapılması Planlananlar	G3: “Doğa turizmi zaten trekking rotaları falan hepsi bitti. Kampçılık var. Bölgede eğer yatırımlarımız istediğimiz doğrultuda giderse mağaracılık yani doğal çiftlik turizmüne yönelik bazı şeyler yapmayı planlıyoruz. Tabii köylerimizde de Frig harabelerinin olduğu yerler var eski ipek yolunun kilometre taşlarının olduğu köylerimiz var. Bu alternatif rotaları ilçeye bağlayacağız. Onun dışında ulu yol dediğimiz akredite olan yollarımız var onların çalışmalarını koruma kurulları ile önümüzdeki dönem başlatacağız. Yürüyüş güzergâhları işte eski Osmanlı yolu diyorlar, Roma yolu diyorlar, asker yolu diyorlar bunları da gündeme taşıyacağız yani akredite edeceğiz. Yayla turizmi var zaten, eko turizm var, inanç turizmi var bölgemizde termal başlıyor, sağlık turizmüne de adım atıyoruz.”
İşbirliği		G2: “Biz belediye olarak STK’lar ve kamu kuruluşları ile beraber çalışıyoruz. Biz başkan olduktan sonra sosyal barışı sağladık. İşbirliği ve el birliği ile çalışıyoruz. Sürekli toplantılar yapıp bilgilendirmeler yapıyoruz neler yapmaları gerektiğini anlatıyoruz özellikle ciita slow olduktan sonra da onları ciddi bir bilgilendirme faaliyetine girdik. Rutin bilgilendirme toplantılarımız bunları sürekli yapıyoruz. Biz ne yaptığımızı daha doğru ne yapmayı planladığımızı herkes biliyor. Bilmesi lazım.”	
Öncü		G8: “Oynuyor yani bizim GÖKADER var Göynük Kadın ve Dayanışma Derneği var karşıda Gürcüler konağını işletiyor Gürcüler konağı 250 yıllık bir konak orayı müze ve kültür evi olarak açtılar. Kaymakamlığın binası cüzü miktarda bir kira karşılığında orda gelen misafirlere yemek ikramı, müze olarak konağı gezdirme imkânı sunuyorlar. Mesela belediye yerel işletmenin öncülüğünde kadınlar var örgü evi gibi dokumacılık atölyesi gibi onlar bir şeyler yapmaya çalışıyorlar gelişme oldu. Marketler yani süpermarketler ve yavaş yavaş daha güzel bir gelişmeye hızlı birden değil de otura otura gelişmesi daha güzel bence”	
Yerel topluluklar bölgedeki turizm gelişiminde yer oynuyor mu?			

Tablo 4: Turizm Gelişimi ile İlgili Bulgular (Devamı)

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Turizm daha önce belirlediğiniz gelişme endişelerini giderebilir mi?	Turizm Gelişimi	Gelecek Endişesi	G1: “Turizm faaliyetlerinin olması endişeleri giderebilir mi tabi bu endişeleri biraz daha arttırabilir. O bölgenin sıkışmış yapısı yapılaşmaya fazla müsait olmayan arazi yapısı orda bir konut baskısı oluşturabilir. İleriki dönemlerde insanların göç eder ise o bölgeye öyle bir şeyleri varsa düşünceleri olursa orda bir baskı oluşturabilir bu en büyük endişemde o baskının artması ve ilçenin imar dokusunun bozulması olabilir. Yakın vadede de böyle bir tehlike gözüküyor.”
		Paydaşların İşbirliği	G4: “Endişeler tabi ki giderilebilir. Dediğim gibi paydaşların bir araya gelip ortak karar vermesi ve herkesin taşın altına elini sokması ile olabilecek bir şey. Kaymakamlık, belediye ve diğer sivil toplum kuruluşları ve kamu olmalı.”
Nitelikli Personel		G2: “ Bölgede zaten işsizlik yok zaten ama tabi ki katkı sağlayacaktır. Sorunumuz yetişmiş turizm personeline ihtiyacımız var. İlla ki ilerideki safhalarda daha da olacak bu. İşte bunun içinde özellikle üniversitelerin meslek yüksekokulunun turizm bölümlerinin desteğine ihtiyacımız var. Yani öğrencileri bize yönlendirirlerse bizde bölgede pansiyonlar konaklar var burada çalışacak elemana ihtiyacımız var.”	
Yerel Halkın Katılımı		G7: “İllaki olur, kesinlikle mesela bakın turizm bakımından şöyle bir özellik var. Pansiyon burada otel çok olmadığı için pansiyonculuk gelişmiş olsa bütün ailelerin geliri artar. Adam kendi evini pansiyona çevirecek, kendisi ailecek çalışacak en basit ben örneğim ben emekli adamım emekli olmuşum ben bir yanda abimle çalışıyorum hanım çalışıyor, kız çalışıyor, oğlan çalışıyor hepimiz üretim haline dönüştük. Yengem var yengemde çalışıyor dün mesela burada 60-70 kişiye yemek verdik tamam mı ve hepimiz çalıştık ne oldu herkes bir şeyler verdi herkes bir çalıştı bir harekete geçti en büyük özelliği bu zaten”	
Yerel yönetimin turizmin gelişimindeki rolünü nasıl görüyorsunuz?		Koordinasyon	G1: “Yerel yönetimler önlerine koydukları vizyonla turizmin gelişmesinde gerçekten önemli atılımlar yapabilirler bunu tabi ki belli bir koordinasyonla yapmaları lazım tek başlarına tabi olmuyor her şey bunu ille bakanlıklarla koordineli bir şekilde çalışırlarsa bu turizm konusundaki gelişmeler belediye üzerinden yerel yönetimler üzerinden yürüyebilir.”
		Girişim	G4: “Önemli. Mesela turizm büroları var çok işlevsel olarak görevini yerine getiremese de bunlar çok önemli şeyler.”
Bölgedeki işsizlik sorununu çözümünde turizmin yardımcı olacağını düşünüyor musunuz?			

Araştırma bulgularında üçüncü tema turizm gelişimi olmuştur. Bu kapsamda katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda 10 kod ortaya çıkartılmıştır. Tablo 4 incelendiğinde bölgedeki turizm

çeşitlerinin yeterliliği konusunda mevcut potansiyel ve yapılması gerekenler olarak iki kod ortaya çıkmıştır. Göynük'te inanç turizmi, kültür turizmi ve doğa turizm faaliyetlerinin yapıldığı bu faaliyetlerin daha da geliştirilmesi gerektiği ve alternatif turizm faaliyetleri kapsamında yeni rotalar oluşturulması gerektiği de katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Yerel toplulukların bölgede öncü bir rol oynamasının yanı sıra işbirlikleri ile turizm gelişiminde katkılar sağladığı da araştırmada elde edilen bir başka sonuç durumundadır. Turizmin gelişimin gelecek için endişe yaratacak bazı unsurlarının olduğunun vurgulanmasının yanı sıra paydaşların işbirliği ile gelecekte ortaya çıkabilecek problemlerin önüne geçilebileceği de ortaya çıkan sonuçlar içerisinde yer almaktadır. Katılımcılar tarafından bölgede işsizlik konusunda genel olarak bir sıkıntının olmadığı vurgulanmasının yanı sıra asıl problem olarak nitelikli eleman bulma sıkıntısının öne çıktığı belirtilmiştir. Yerel yönetimin turizm konusundaki faaliyetleri katılımcılar tarafından değerlendirildiğinde ise önemli bir koordinasyon görevi olmasının yanı sıra yeterli olmasa da faydalı girişimlerde bulunduğu da vurgulanmıştır.

Tablo 5: Citta Slow ile İlgili Bulgular

Soru	Tema	Kod	Alıntı
Göynük'ün Citta Slow olması size bir şey ifade ediyor mu?	Citta Slow	Tanınırlık	G4: "Göynük'ün o kategoriye girmesi Göynük'ün tanınırlığı açısından çok önemli. Gerçekten Göynük sakin bir şehir İstanbul'un yoğun trafiğinden yoğun stresinden kurtulmak isteyenlerin bir gece Göynük'te kalması çok önemli."
		Ziyaretçi Artışı	G5: "Citta slow olması gelen insanların artmasına neden oldu benim bu konuda daha önce hiç bilgim yoktu eğitimlerde öğrendik, dünyada 77 tane varmış bütün özelliklerini göynük taşıyormuş ve bu konuda tekmiş."
Öncü		G1: "Belediye teşkilatı bu konuda çok istekliydi, kaymakamlıkla da ortak bir çalışma gerçekleştirdiler. Burada bu konuda baş at belediye oldu. Yani bu işin en önemli öncüsü belediye tabi kaymakamlıkta elinden geldiği kadar mevcut imkânları ölçüsünde destek olmuştur."	
Bilgilendirici		G3: "Esnafla yapılan toplantılarda misafirperverliğin gösterilmesi buraya gelen turistin kendini güvende hissetmesi kandırıldım hissine kapılmaması gerekiyor bunun içinde biz fiyat politikasından hijyene kadar her şeyin bilgilendirmesini yapıyoruz esnafla toplantılarımız oluyor. Eğitimlerimiz oluyor. Bunlara da seve seve katılıyorlar şuna kadar da hiçbir olumsuz bir şeyle karşılaşmadık"	
Yerel yönetimin bu konuda ne gibi bir rolü olduğunu düşünüyorsunuz?			

Araştırma bulgularında dördüncü tema Citta Slow'dur (Tablo 5). Bu kapsamda katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda 4 kod ortaya çıkartılmıştır. Tablo 4 incelendiğinde Göynük'ün Citta Slow olmasının önemli bir tanınırlık sağlamasının yanı sıra ziyaretçi sayısında da gözle görülür bir artış

olduğu katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Yerel yönetimin Citta Slow sürecinde öncü bir rol izleyerek faydalı faaliyetlerde bulunduğu paydaşlara bu konuda önemli bilgilendirmeler de bulunduğu da katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Citta Slow ağına katılım sürecinin baş aktörü konumunda olan yerel yönetim paydaşlar tarafından bu konuda takdirle karşılanmaktadır.

Tablo 6: Paydaşlar ile İlgili Bulgular

Sorular	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8
İşletmenizde kaç kişi çalıştırıyorsunuz? Göynük dışında çalışanınız var mı?	Bu soru bu katılımcılara konuları nedeni ile sorulmamıştır				5 Yok	7 Yok	7 Yok	4 1 kişi
Meslek içi eğitim veriyor musunuz? Bu eğitimleri nasıl sağlıyorsunuz? Eğitim verecek düzeyde yetişmiş elemanınız var mı?	Bu soru bu katılımcılara konuları nedeni ile sorulmamıştır				Hayır	Hayır	Hayır	Hayır
Faaliyet gösterdiğiniz alanda yetişmiş elemanınız var mı? Bu konuda yeterli beceriye sahip çalışanları bu bölgede bulmak zor mu?	Bu soru bu katılımcılara konuları nedeni ile sorulmamıştır.				Hayır Zor	Hayır Zor	Hayır Zor	Hayır Zor
Herhangi bir STK ile çalışıyor musunuz?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Hayır	Hayır	Hayır
İlk madde ve malzeme tedarikçi kaynaklarınız nelerdir? Yerel tedarikçileri kullanıyor musunuz?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Çevre ve doğal yaşamı korumak için herhangi bir faaliyette bulunuyor musunuz? (buldunuz mu?)	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Bölgede yıllar içinde değişime uğrayan/son bulan bir meslek var mı?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Kayıt dışı ekonomi/ticaret sizi etkiliyor mu? Kayıt dışılık işlerinizi etkiliyor mu?	Bu soru bu katılımcılara konuları nedeni ile sorulmamıştır				Hayır	Hayır	Hayır	Hayır

Tablo 6: Paydaşlar ile İlgili Bulgular (Devamı)

Sorular	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8
Yıllar içerisinde bölgeyi ziyaret eden konuklarınızın profilinde ve sayısında değişim oldu mu?	Yeni göreve başlaması nedeni ile bu sorular yöneltilmemiştir.	Olumlu Artış	Olumlu Artış	Olumlu Artış	Olumlu Artış	Olumlu Artış	Olumlu Artış	Olumlu Artış
Yaptığınız işin Göynük'teki geleceği konusunda iyimser misiniz?		Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Bölgesel turizm gelişimi ve sürdürülebilirliği açısından devlet teşvik ve yardımları hakkında ne düşünüyorsunuz?		Gerekli	Gerekli	Gerekli	Gerekli	Gerekli	Gerekli	Gerekli
Yerel ve merkezi turizm destek ve teşviklerini bölgenin gelişimi açısından yeterli buluyor musunuz?		Yeterli Değil	Yeterli Değil	Yeterli Değil	Bilgim Yok	Yeterli Değil	Yeterli Değil	Yeterli Değil
Yerel ve ulusal teşviklerden faydalandınız mı? Faydalandıysanız ne tür güçlüklerle karşılaşılıyorsunuz?		Destek Çağrısı Bekleniyor	Destek Çağrısı Bekleniyor	Hayır	Hayır	Olumsuz Sonuç	Olumsuz Sonuç	Olumsuz Sonuç

Tablo 6 incelendiğinde araştırmaya katılan paydaşların işletmelerinde yoğunlukla aile fertlerine yer verdikleri ve bu soruyu cevaplayan katılımcıların içerisinde sadece bir işletmenin Göynük dışından bir çalışana sahip olduğu tespit edilmiştir. Meslek içi eğitim verecek düzeyde bir kişinin bölgedeki işletmelerde bulunmadığı turizm alanında eğitim almış kişileri istihdam etme konusunda da zorluklar yaşandığı katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Sivil toplum kuruluşları ile çalışma konusunda özellikle yerel yönetim temsilcilerinin olumlu cevap verirken işletmelerinin çoğunluğunun bu konuda bir işbirliği içerisinde olmadığı da görülmektedir. Bölgede nalbantlık, semercilik, ahşap oymacılığı, kalaycılık gibi birçok mesleğinde günümüzde artık olmadığı katılımcılar tarafından vurgulanmıştır. Kayıt dışı ekonomi konusunda sıkıntı yaşamadıklarını ve bu konudan olumsuz etkilenmediklerini belirten katılımcılar tarafından bunun nedeninin bölge halkının bu konuda hassas olması ve önemli manevi duygulara sahip olması olduğu vurgulanmıştır. Bu konuya verilen cevaplar içerisinde birçok evin kapısının üzerinde anahtarlarının durduğunu ve suç unsuru oluşturabilecek faaliyetler konusunda bölge halkının çok hassas davrandığı buna neden olarak gösterilmiştir.

Yıllar içerisinde bölgeye ziyaret edenlerin sayısında artış olduğu özellikle citta slow ağına katılmış olmanın bu konuda önemli kazançlar sağladığı belirtilmiştir. Göynük'ün turizm geleceği konusunda da oldukça iyimser olan paydaşlar, bölgenin turizm gelişimi açısından devlet destek ve teşviklerinin gerekli olduğunu vurgulamışlardır. Göynük özelinde sağlanan destek ve teşviklerin yetersiz olduğunu belirten katılımcılardan özellikle işletme sahipleri destek ve teşvikler konusunda başvurularında buldukları ve bu konuda destek alamadıkları ve başvurularının olumsuz sonuçlandığını belirttilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma kapsamında Göynük yerel turizm paydaşları ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmış ve araştırma bulguları içerik analizine tabi tutulmuştur. Araştırma bulgularında, Göynük yerel turizm paydaşlarının özellikle Göynük'te maneviyat, tarih ve kültür, sakinlik ve huzur konularının destinasyonu diğer yerlerden ayıran önemli özellikler olarak vurgulandığı görülmektedir. Bölgenin manevi atmosferi ve kültürel yapısının paydaşlarının sürdürülebilir kalkınma ve turizm gelişimi konusunda davranışlarının şekillenmesinde de rol oynamaktadır. İlk olarak paydaşların sürdürülebilir kalkınma ve gelişim konusunda temel bilgi eksikliklerinin olduklarını söylemek mümkündür. Bu konuda yöneltilen sorulara farklı anlamlar yükleyerek farklı cevaplar verdikleri de araştırmada elde edilen önemli bulgular arasında yer almaktadır. Bu konuda ki bilgi eksikliklerinin giderilebilmesi için bölgede, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma konusunda temel eğitimlerin verilmesi bölge için önemli bir kazanım olabilecektir.

Paydaşların bölgede turizm gelişimi konusunda temel endişelerinin altyapı ve bürokratik engeller konusunda yoğunlaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu soru paydaşların özellikle turizm konusunda ticari faaliyette bulunanların gözünde kendi ticari faaliyetleri doğrultusunda cevaplanmıştır. Bu durumda çevre koruma ve kaynakların geleceğe aktarılması konusunda gelişmiş turizm bölgelerinde ortaya çıkan problemlerin göz ardı edildiği sonucunu da ortaya çıkarmaktadır. Bu sonuç özellikle turizme giriş evresinde olan destinasyonların paydaşlarının bu konuda daha ticari düşündüğü ve iyi niyetli bakış açısına sahip olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bu da Doxey'in (1975) Rahatsızlık İndeksi ve Butler'in (1980) Turistik Merkez Yaşam Süreci Modeli araştırma sonuçları ile benzer niteliktedir. Bu durumu aynı zamanda bölgedeki kaynakların eşit dağılımı konusundaki soruya ekonomik ve istihdama yönelik cevaplar verilmesi kültürel ve çevresel açıdan değerlendirilme yapılmamasının nedeni olarak görülebilir. Bölgede kalkınma konusunda yerel yönetimin öncü ve yol gösterici olması gerektiği de katılımcılar tarafından önem verilen konulardandır. Bu sonuç aslında turizmin ortaya çıkartabileceği olumsuz etkilerin aşılabilmesi içinde önemli bir yol göstericidir. Bölgede karşılaşılabilecek çevresel sorunlar karşısında paydaşların yerel yönetimin alacağı sürdürülebilir kalkınmayı sağlamaya yönelik önlemlere destek olabileceğinin de önemli bir işareti konumundadır.

Çevre koruma faaliyetleri konusunda eksikler olduğunun paydaşlar tarafından belirtilmesine rağmen yerel yöneticilerin bu konuda önlemler almaya çalışması ve bu konuda önemli projeler ortaya koyduklarını anlatmaları bölge için oldukça ümit vericidir. Göynük'ün geleceği konusunda katılımcıların tamamının oldukça iyimser olmaları ve yüksek beklentilere sahip olmalarının nedenini de kentin kimliği ile ilişkilendirmek mümkündür. Bu durum aslında yerel yönetimin öncülüğünde gerçekleştirilen ve bölge için önemli bir tanınırlık ve ziyaretçi artışı sağlayan Citta Slow ağına katılımı da doğrudan ilişkilendirilebilir.

Bölgede turizm gelişimi konusunda mevcut potansiyele ilave olarak farklı turizm çeşitlerinin de uygulanabilirliğinin olduğuna araştırma sonuçlarında ulaşılmıştır. Özellikle alternatif turizm çeşitlerinin bölgenin sahip olduğu özellikler doğrultusunda ortaya çıkartılması ve farklı rotaların oluşturulmaya çalışılması bu konuda oldukça önemli adımlar konumundadır. Yerel toplulukların bölgede öncü bir rol izlediği ve bölgede kurulan turizm işletmelerine yol gösterdiği de tespit edilmiştir. Bölgede yerel toplulukların gerçekleştirdiği işbirliklerinin de turizmin geleceği konusunda ortaya çıkabilecek olan sorunların çözümünde oldukça önemli olacağı da düşünülmektedir.

Araştırma sonuçlarında Göynük'te işsizlik probleminin olmamasının ilçede yaşayan gençlerin eğitim ve iş gibi nedenlerle farklı şehirlere gitmesinden kaynaklandığı ve bunun da nitelikli yetişmiş eleman bulma konusunda da turizm işletmelerine oldukça önemli bir sorun oluşturduğu tespit edilmiştir. Bölgede faaliyet gösteren turizm işletmelerinin çalışanlarının ağırlıklı olarak bölgede yaşayanlardan seçilmesi ve yapılan inceleme sonucunda bu işletmelerde çalışanların yaş ortalamalarının yüksek olması da genç ve bu konuda eğitilmiş personelin bulunmadığı sonucunu da destekler niteliktedir. Gençlerin ilçede durmamasının bir diğer sonucu da değişen insan ihtiyaçları ve mesleği öğretecek istekli kimse bulunamaması gibi nedenlerle bölgede birçok mesleğin artık olmadığı sonucu ile desteklenebilir.

Göynük'ün turizmde parlak bir geleceği olduğu konusunda hem fikir olan paydaşlarının devlet destek ve teşviklerinin oldukça gerekli olduğunu düşündükleri de araştırma bulgularında ulaşılan önemli bir sonuçtur. Fakat bu konuda özellikle Göynük bağlamında yeterli destek sağlanamadığı ya da başvuruların bürokratik engellere takıldığı vurgulanmaktadır. Bu konuda kolaylaştırıcı önlemler alınmasının sağlanması da katılımcılar tarafından önemli talepler arasında yer almaktadır.

Araştırmanın kavramsal ve yöntemsel olarak literatüre bazı katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın kavramsal katkısı sürdürülebilir kalkınma ve turizm gelişimi ile ilgili tanımlamaların ortaya koyulması ve bu tanımlamaların bir turizm destinasyonundaki paydaşların gözünden sunulması iken araştırmanın yöntemsel olarak katkısı ise nicel bir araştırma yapmak yerine daha derinlemesine bilgilerin edinebileceği nitel bir araştırmanın bu konuda uygulanmasının da bir yenilik oluşturmasıdır.

Araştırma kapsamında yerel yöneticilere, destinasyondaki turizm işletmecilerine ve bölgesel turizm planlaması yapan destek ve teşviklerden sorumlu kuruluşlara bazı öneriler sunmak mümkündür. Öyle ki; bölgesel tanıtıma önem verilerek Göynük destinasyonun öne çıkan özelliklerinin potansiyel ziyaretçilere aktırılmasının sağlanması için planlı çalışmalar yapılması, bölgede turizmin oluşturabileceği çevresel, ekonomik, kültürel ve sosyal sorunlara karşı önleyici tedbirler alınması, nitelikli personel ihtiyacının karşılanması için eğitim faaliyetlerde bulunulması, bölge halkının ev pansiyonculuğuna özendirilerek ticari kazanç elde etmesinin sağlanması, paydaşlar arasında işbirliğinin sağlanabilmesi için sivil toplum kuruluşları kurulması, bölgesel destekler sağlanarak mevcut turizm arz kaynaklarının iyileştirilmesi, bölgede yaşayan gençlerin bu tarz desteklerle özendirilerek bölgeden ayrılmasının önlenmesi, turistik taşıma kapasitesinin aşılması için planlı bir büyüme politikasının izlenmesi şeklinde sıralanabilir.

Araştırmada elde edilen bulgular örneklem olarak seçilen paydaşların görüşleri ile sınırlıdır. Araştırma örneklemindeki paydaşlar düşüncelerini gizleyebilir veya yanıltıcı bilgiler verebilir. Uygulamadaki zaman ve maliyet kısıtları nedeni ile bir destinasyonda gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulgularının genellenebilmesi için farklı bölgelerde de gerçekleştirilerek karşılaştırmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Ayuso, S. (2007). Comparing voluntary policy instruments for sustainable tourism: the experience of the spanish hotel sector, *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 144-159.
- Boley, B. B., McGehee N. G. ve Hammet, A. L. T. (2017). Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective, *Tourism Management*, 58, 66-77.
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evaluation: implications for management of resources, *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Choi, H. C., ve Sirakaya, E. (2006). Sustainability indicators for managing community tourism, *Tourism Management*, 27(6), 1274e1289.
- Coccosis, H. (1996) 'Tourism and sustainability: perspectives and implications' içinde, G. K. Priestley, J. A. Edwards, H. Coccosiset (Ed.), *Sustainable tourism? European experiences*, U.K.: Cab International.
- Delgado, A. T. ve Palomeque, F. L. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal level, *Annals of Tourism Research*, 49, 122-137.
- Doxey, G. (1975). A Causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences, *Travel and Tourism Research Association Sixth Annual Conference*, San Diego, 195-198.
- Eber, S. (1992) *Beyond the green horizon: a discussion paper on principles for sustainable tourism*, London, WWF and Tourism Concern.
- Fernandez, J. I. P., ve Sanchez Rivero, M. (2009). Measuring tourism sustainability: Proposal for a composite index, *Tourism Economics*, 15(2), 277-296.
- Font, X. ve Sallows, M. (2002) Setting global sustainability standards: The Sustainable Tourism Stewardship Council, *Tourism Recreation Research*, 27 (1), 21-31.

- Grimble, R., ve Wellard, K. (1997). Stakeholder methodologies in natural resource management: A review of principles, contexts, experiences and opportunities, *Agricultural Systems*, 55(2), 173-193.
- Ko, J. T. G. (2001). Assessing progress of tourism sustainability. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 817-820.
- Ko, J. T. G. (2005). Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach, *Tourism Management*, 26(3), 431-445.
- Lyon, A., Hunter-Jones, P. ve Warnaby, G. (2017). Are we any closer to sustainable development? Listening to active stakeholder discourses of tourism development in the Waterberg biosphere reserve, South Africa, *Tourism Management*, 61, 234-247.
- Manning, T. (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: A guidebook*. Madrid, Spain: World Tourism Organization.
- Mearns, K. F. (2011). Using sustainable tourism indicators to measure the sustainability of a community-based ecotourism venture: Malealea Lodge Pony Trek Centre, Lesotho, *Tourism Review International*, 15(1-2), 1-2.
- Miles, B. M. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded source book*, California: Sage.
- Simpson, K. (2001). Strategic planning and community involvement as contributors to sustainable tourism development, *Current Issues in Tourism*, 4(1), 3-41.
- Strauss, A. ve Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: grounded theory procedurs and techniques*, California: Sage Yayınları.
- Tsaur, S. H., Lin, Y. C., ve Lin, J. H. (2006). Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism, *Tourism management*, 27(4), 640-653.
- Wan, Y. K. P. ve Li, X. (2011). Sustainability of tourism development in Macao, China, *International Journal of Tourism Research*, 15, 52-65.
- Yu, C. P. S., Chancellor, H. C., ve Cole, S. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of the sustainable tourism attitude scale, *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM GİRİŞİMLERİNDE ÖNEM VE PERFORMANS DEĞERLENDİRMELERİ: GÖYNÜK TARİHİ KONAKLARI ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Rahmi YÜCEL
Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü
yucel_r@ibu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Serkan ŞENGÜL
Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Turizm İşletmeciliği Bölümü
info@serkansengul.net

Arş. Gör. İsa BAYHAN
Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
Turizm İşletmeciliği Bölümü
isabayhan@ibu.edu.tr

Özet

Turizm, ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerle değişip kapsamını genişletmektedir. Turistik kaynak ve değerlerin korunması yoluyla gelecek nesillere aktarılmasını amaçlayan sürdürülebilir turizm yaklaşımları, turizm süreçlerinin olası tahrip edici etkisini azaltmaktadır. Sürdürülebilir turizm politika ve uygulamaları, destinasyonlarda turizm süreçlerinin mevcut durumunu etkilemekle kalmaz, aynı zamanda sonraki yıllara yönelik gelişimi konusunda da öngörüler ortaya koymaya imkân verir. Göynük, Bolu iline bağlı, tarihi değerleri ve kültürel dokusuyla İpek Yolu üzerinde bulunan özgün bir destinasyondur. Bu çalışmanın amacı Göynük'te tarihi konak işletmeleri yöneticilerinin sürdürülebilir turizm girişimlerine yönelik genel değerlendirmelerinin ve bölgedeki mevcut duruma ilişkin görüşlerinin incelenmesidir. Çalışma nitel araştırma modeli altında gerçekleştirilmiş, verilerin elde edilmesinde yarı yapılandırılmış mülakat formu kullanılmıştır. Çalışmanın sürdürülebilir turizm girişimlerinde konak işletmecilerinin bu konuya verdikleri önem ve gerçekleştirilen uygulamalar konusunda bilgi sağlaması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Araştırmada katılımcıların sürdürülebilir turizm girişimlerine ilişkin önem ve performans değerlendirmeleri sunulmuştur. Araştırma sonucunda yerel turizm işletmelerinin desteklenmesinde "ekonomik destek gereksinimleri"; bölgede turizmin dört mevsime yayılmasında "doğal kaynaklar", "kültür ve inanç turizmi" ile "termal turizm tesislerine yakınlık" temaları etkili unsurlar olarak gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Turizm, Göynük, Tarihi Konak İşletmeleri.

IMPORTANCE AND PERFORMANCE EVALUATIONS ABOUT SUSTAINABLE TOURISM INITIATIVES: THE SAMPLE OF GÖYNÜK HISTORIC MANSIONS

Abstract

Tourism is expanding its scope by changing economic, social and technological developments. The sustainable tourism policies approach those aims to transfer the tourism resources and values to future generations reduce the destructive effect of tourism processes by protecting them. Sustainable tourism policies and practices not only influence the current situation of the tourism processes in destinations but also allow to assert predictions about development for the following years. Göynük is an authentic destination with its historical and cultural fabric on the Silk Road, in Bolu. The purpose of this study is to examine the general evaluations of the managers of the historic mansion enterprise for sustainable tourism initiatives and views about the current situation in the region in Göynük. The study was carried out pursuant to qualitative research method, a semi-structured interviewing form was used for obtaining the data. It is considered that the research is important due to its providing information on the importance and implementations which are performed about the sustainable tourism initiatives. As a result of the research, "economic support requirements" about supporting of the local tourism enterprises; "natural resources", "culture and belief tourism" and "proximity to thermal tourism facilities" were observed as effective elements in spreading tourism to four seasons in the region.

Key Words: Sustainability, Sustainable Tourism, Göynük, Historic Mansion Enterprises.

1. GİRİŞ

İnsanoğlu sürekli çevre ile etkileşim halinde yaşar. İlk çağlardan bugüne kadar sürekli öğrenen, yaşayan, deneyimleyen insanın gelişirken temel kaynağı daima çevre olmuştur. Bu gelişim zaman içerisinde doğal kaynakların tükenmesi ve tahrip edilmesi sonucunu beraberinde getirmiştir. Yer altı ve yerüstü zenginlikler, madenler, enerji kaynakları ve biyolojik çeşitlilik ile birlikte, tarihi değerler ve toplumsal kültürler ile insanoğluna ait medeniyet mirası da ekonomik tüketim ve toplumsal gelişim süreçlerinde yok olabilen veya zarar görebilen unsurlardır.

Sanayi devriminden itibaren sosyal, ekonomik ve teknolojik gelişmelerle birlikte üretim ve tüketim dengesi değişmiştir. Endüstriyel gelişmelerin de etkisiyle zaman içerisinde ortaya çıkan yeni üretim sistemleri çevresel sorunları beraberinde getirmiştir. Ekonomik büyüme ve değişimin neden olduğu çevresel sorunların yaygın olarak gözlenmesi 1970’li yıllardan itibaren sürdürülebilir kalkınma konusunu gündeme getirmiştir. Önceleri ekonomi-çevre ilişkisi bağlamında ele alınan sürdürülebilir gelişim (Tutulmaz, 2012, s.602), toplumsal alanda da kamusal tedbirler ve özel sektör uygulamaları ile desteklenmiştir. Bununla birlikte konu sosyal bilimlerde araştırılmaya ve kavramsal olarak çeşitli yönleriyle incelemeye başlamıştır. Zaman ve konuya yöneltlen dikkat ile birlikte sürdürülebilirlik girişimleri turizm sektöründe ve bilimsel boyutuyla sürdürülebilir turizm gelişimi olarak turizm alan yazınında yerini almıştır.

Sürdürülebilir turizmin gelişmesi için bölgedeki turizm işletmelerin ve diğer aktörlerin işbirliğinin sağlanması gereklidir. Aksi durumda amaç farklılıkları sebebiyle sinerji ve işbirliği kazanımlarının sağlanamaması söz konusu olmakla kalmaz, hem de aktörler arasında mücadeleler ortaya çıkar. Turistik ürün arzı sektördeki işletmeler tarafından sağlandığı için sürdürülebilir turizm gelişimi noktasında turizm işletmelerinin görüşleri, beklentileri ve değerlendirmeleri önemlidir (Hardy ve Pearson, 2017, s.2). Konaklama işletmeleri, turistlerin seyahatleri süresince barınma ihtiyaçlarını karşıladıkları yer olarak turizm sektörünün temel unsurlarından biridir. Tarihi konak işletmeleri ise, gerek butik otel konseptleriyle bireysel hizmet sunabilmesi, gerek turizm gelişimini tarihi ve kültürel dokuyla uyumlu hale getirebilmesi, gerekse de büyük ölçekli otel işletmelerinin çok yönlü hizmetindeki yoğun ve kapsamlı niteliğe alternatif oluşturabilmesi yüzünden sektörde özgün bir konuma sahiptir.

Bu çalışmada ifade edilen bağlamdan hareketle, Bolu iline bağlı, tarihi değerleriyle ve kültürel dokusuyla eşsiz bir destinasyon olan Gönyük’teki tarihi konak işletmeleri temsilcilerinin sürdürülebilir turizm girişimlerine yönelik değerlendirmeleri ve bölgedeki mevcut duruma ilişkin görüşleri ele alınmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik, kelime olarak olay, olgu ve durumların sürekli niteliklerini taşımasını anlatır. Sürekli devam etme yetkinlik ve eğilimi sürdürülebilirlik kavramının ana çatısını oluşturur. Sürdürülebilir olma niteliği yapılar da kaynakların, faaliyetlerin, süreçlerin ve etkilerin sürekli kullanılmasını, geliştirilmesini, değerlendirilmesini ve korunmasını gerektirir.

Genel olarak kaynakların ihtiyatlı kullanımını temel alan bir bakış açısı ve yaklaşım tarzı olarak ifade edilen sürdürülebilirlik, toplum, ekosistem ve diğer sistem veya yapıların işlevini yitirmeden, kaynaklara kapasitelerini aşacak düzeyde yüklenmeden yararlanılması şeklinde ifade edilmektedir. Sürdürülebilirlik birçok farklı disiplinde kullanılır hale gelmiştir. Turizm, mimari, tarım, işletmecilik ve ekonomi gibi alanlarda yaygın şekilde ele alınıp incelenerek çeşitli uygulamalara, politik öngörülere ve stratejik kararlara dahil edilmektedir (Sarıkaya ve Kaya, 2007, s.222). Sürdürülebilirliğin tarımdan turizme ve ekonomiye kadar uzayan farklı alanlardaki kapsamı ve kaynaklara/değerlere ilişkin önemi bir uygulama, karar veya davranış türü olarak ele alınmasının ötesine geçip bütüncül bir yaklaşım tarzıyla değerlendirilmesini sağlamaktadır.

Sürdürülebilirlik, bir yer ve konuma ilişkin gelişim süreci olarak ele alındığı ekolojik, toplumsal ve ekonomik yönleri olduğu ve bu kategorileriyle ele alınması gerektiği görülür. Ekolojik gelişme

boyutunda; taşıma kapasitesine uymak, kaynakları korumak ve geri dönüştürmek, atık miktarını azaltmak gerekir. Toplumsal boyutunda; yerel düzeyde kendine yetebilmeyi artırmak, insani ihtiyaçları karşılamak, eşit paylaşımı artırmak, katılım ve sorumluluğu garanti etmek, uygun teknoloji kullanmak gerekirken ekonomik boyutunda ise; büyümeyi sürdürmek, karı artırmak ve pazarı genişletmek gerekliliklerinin ifade edilmesi mümkündür (Kahraman ve Türkay, 2006, s.81; Duran, 2011, s.301).

2.2. Sürdürülebilir Gelişme ve Turizm

Turizm aktivitelerinin gerçekleştirilmesi ve devamlılığının sağlanmasında doğal ve çevresel etkenler başlıca kaynaklardan biridir. Fakat turizm faaliyetleri doğru, bilinçli ve çevreye duyarlı planlanıp gerçekleştirilmediğinde çevresel unsurlar üzerinde olumsuz etkiler oluşturabilmektedir. Bu noktada konaklama işletmelerinin bilinçli enerji kullanımı sağlaması, hava kirliliği oluşturan etkileri kontrolde tutması, doğal dokunun korunmasına önem vermesi gibi sürdürülebilirlik uygulamalarıyla turizmin gelecekte de etkin bir şekilde gerçekleşmesine imkân oluşturması gerekir (Dolmacı ve Bulgan, 2013, s.4866).

Doğal kaynaklar turizm faaliyetlerinin gelişiminde temel unsurlardan biridir. Destinasyonlarda turistik hizmetler sağlanırken çevresel değerler, sahiller, vahşi yaşam unsurları, mercan kayalıkları ve diğer turistik çekicilikler korunmaya çalışılmaktadır. Bununla birlikte turizm gelişimi ekonomik, sosyal, kültürel alanlarda olumsuz etkilere neden olabilmektedir (Lee ve Hsieh, 2016, s.780). Bu olumsuz etkiler doğal çevrede tahrip, kirlilik gibi noktalarda yoğunlaşırken, sosyo-kültürel olarak suçlar, manevi ve kültürel dokuda değişim, ekonomik olarak bölgesel enflasyon gibi durumlardır (Duran, 2011, s.305). Sürdürülebilir gelişme çalışmaları ve uygulamaları turizmin olumsuz etkilerinin önüne geçilerek süreçlerin devamlılığının sağlar.

Sürdürülebilir gelişme genel ifadesiyle “içinde bulunan zaman diliminde yaşayan insanların ihtiyaçlarının gelecek nesillerinin ihtiyaçlarını karşılama olanaklarını tehlikeye atmadan karşılanmasıdır”(Lee ve Hsieh, 2016, s.780). Bu tanım Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (Brundtland Raporu) tarafından yapılmış (WCED, 1987, s.43) olup, sonraki süreçte çeşitli sektörlerde sürdürülebilirlik aktiviteleri için referans noktası oluşturmuştur.

Turizm, hizmet üreten bir sektör olmanın yanında, büyük ölçüde farklı ürün ve hizmetlerden yararlanan bir sektördür. Turizm aktiviteleri boyunca tarihi alanlar, doğal kaynaklar, sosyo-kültürel miras ve bunlar gibi çeşitli değerler turizm süreçleri için gereksinim niteliğindedir. Bunların büyük kısmı doğrudan ya da dolaylı olarak çevre ile ilişkili olduğu için turizm sürdürülebilirliğinin sağlanmasında bu kaynakların tahrip edilmeden kullanılması zorunludur. Bu noktada sürdürülebilir turizm yaklaşımları gündeme gelmiştir. Sürdürülebilir turizm, turizm faaliyetleri sürecinde kişilerin ve kurumların aktivitelerinin tarih, çevre, sosyo-kültürel değerler gibi etkenlerle uyum içerisinde gerçekleştirilmesi şeklinde ifade edilebilir (Ekinci, 2014, s.178).

2.3. Sürdürülebilir Turizm

20.yüzyılın ortalarından itibaren artan çevre sorunları, insanın çevreyle ilişkisi noktasındaki tüketim davranışları ve meydana getirdiği çevresel zararlar kaynakların kullanımında korumacı yaklaşımların oluşmasına neden olmuştur. Sürdürülebilir yaklaşım ve politikalara verilen önem artarak yaygınlaşırken turizm alanında da yerini bulmuştur. Bu yaklaşımların büyük bir kısmını kavram olarak kapsayan sürdürülebilirlik, turizm bağlamında ele alındığında, çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerin iyi organize edilerek değerlerin korunup geliştirilerek kullanılmasını belirtmektedir (Mansuroğlu, 2006, s.36). Dünya Turizm Örgütü sürdürülebilir turizm gelişimini; ‘*bugünkü turistlerin ve ev sahibi bölgelerin ihtiyaçlarını karşılarken gelecek için fırsatların geliştirilmesi ve korunması*’ şeklinde tanımlamıştır. Bu tanım ve kapsamdan hareketle turizmde sürdürülebilirlik için; doğal ve kültürel çevrenin korunması, toplumsal refahın sağlanması, ürün kalitesi ve turist memnuniyeti oluşturulması ile denetim ve izleme çalışmaları gerçekleştirilmesi gerekir (Somuncu ve Yiğit, 2008, s.393).

Sürdürülebilir turizm sıkça doğal yaşamın korunması, insan yaşam kalitesi ve refahında iyileşmeler, ekonomik ve sosyal eşitlik, insanların karar alma süreçlerine katılımları gibi etkenlerle ilişkilendirilir

(Bramwell, 2015, s.204). Doğal ve kültürel mirasın bozularak tüketilmesi ve tahribi bireyler, kurumlar ve toplumlar boyutunda tedbirler alınmasını gerektirmiştir. Bu noktada çeşitli organizasyonlar tarafından başlatılan girişimlerin hiçbiri sürdürülebilir turizm gelişimden bağımsız değildir. Sürdürülebilir turizm bu girişimleri etkileyen ve bu girişimlerden etkilenen bir noktadadır (Ekinci, 2014, s.185).

Sürdürülebilir turizm kavram ve içerik olarak birçok çalışmanın konusu olmuştur. Turizm gelişmesinde yerel halkın yaklaşımları (Mansuroğlu, 2006), çevresel boyutlarıyla sürdürülebilir turizm gelişimi (Ayaş, 2007), milli parkların ve dünya mirası alanı olan doğal ve kültürel değerlerinin sürdürülebilirlik perspektifinden değerlendirilmesi (Sarıkaya ve Kara, 2007; Korkmaz ve Başkalkan, 2011 vd.), turizm destinasyonunda sürdürülebilir turizm yönetimi ve pazarlaması (Sezgin ve Karaman, 2008), ekolojik turizmin sürdürülebilirliği (Kaypak, 2010), sürdürülebilir kültür turizmi (Seçkin vd., 2010), yöre halkı ve yerli turistlerin beklentileri (Altanlar ve Kesim, 2011), turizmde toplumsal ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliği (Duran, 2011), kentsel gelişimin sürdürülebilirlik kapsamında değerlendirilmesi (Mansuroğlu vd., 2012), sürdürülebilir turizmde yerel yönetimlerin önemi (Mercan ve Özkök, 2013) ve benzeri çalışmalar turizmde sürdürülebilirlik konusunda yapılan farklı araştırma problemlerine ve çeşitli destinasyonlara ilişkin araştırmalardan bazılarıdır.

Önem performans analizleri ise yönetsel girişim ve uygulamaların incelenmesi için uzun yıllardır kullanılmakta olup, turizm literatüründe zaman içerisinde yerini almıştır. Farklı alanlarda 1970'li yıllarda kullanılmaya başlayan yöntem (Albayrak ve Caber, 2011, s.628), müşteri memnuniyeti, tüketici algıları, sosyal politikalara ilişkin öngörüler, stratejik yönetim uygulamaları, turizm politikalarının incelenmesi ve benzeri amaçlarla kullanılmıştır. Turizm alanında ise müşteri tatmini (Matzler, 2003), rehberlerin performansı (Zhang ve Chow, 2004), turizm gelişimi (Frauman ve Banks, 2011), destinasyon yönetimi (Griffin ve Edwards, 2012) gibi yabancı ve rehber ekoturizm yeterlilikleri (Tetik, 2012), restoran hizmet kalitesi ölçümü (Albayrak, 2014), konaklama tesisi hizmet kalitesi incelemesi (Tekin, Kalkan ve Duman, 2014) gibi yerli araştırmalarda kullanılmıştır. Önem performans analizinde, araştırma konularına göre ilgili boyutlarda likert ölçeği aracılığıyla alınan puanlar önem ve performans olarak iki grupta kategorileştirilmektedir. Bu sayede genel yaklaşımların mevcut durumdaki göstergeler ile birlikte değerlendirilmesi sağlanmaktadır. Ayrıca sonraki aşamada önem ve performans puanlarının koordinat değerleri ile önem-performans matrisi oluşturularak *korunması gereken ve yoğunlaşılması gereken yerler* ile *düşük öncelikler ve aşırı olasılıklar* sunulabilmektedir. Bu çalışmada araştırma evreninin küçüklüğü nitel araştırma yönteminin tercih edilmesine neden olmuştur ve matris oluşturulmamıştır. Önem ve performans değerlendirmeleri iki ayrı kategori olarak ele alınmıştır. Sürdürülebilir turizm girişimlerinin incelenmesi amacıyla oluşturulmuş önem-performans analizi ölçeği (Boley, McGehee ve Hammett, 2017, s.72), Göynük destinasyonundaki sürdürülebilir turizm girişimlerinin incelenmesine yönelik yarı yapılandırılmış görüşme formunun sorularını oluşturmuştur.

3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı Göynük'te tarihi konak işletmeleri yöneticilerinin sürdürülebilir turizm girişimlerine yönelik genel değerlendirmelerinin ve bölgedeki mevcut duruma ilişkin görüşlerinin incelenmesidir. Araştırma amacı doğrultusunda paydaşların sürdürülebilirlik konusuna verdikleri önem ve bu konuda mevcut duruma yönelik değerlendirilmesiyle değerlendirmelerini etkileyen unsurların tespit edilmeye çalışılması araştırmanın alt amaçlarını oluşturmaktadır.

Bu amaçlara ulaşabilmek için çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. "*Araştırmacılar tarafından, insanların doğal ortamlarındaki konular ve olaylara yükledikleri anlamların değerlendirmeye çalışması ve yorumlaması*" (Denzin ve Lincoln, 2011, s.3) olarak tanımlanan nitel araştırmalar sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Çalışmada verilerin elde edilmesinde görüşme tekniği kullanılmıştır. Patton'a (2002) göre doğrudan gözlem yapılamayan durumlar için kullanılan görüşme tekniğinin amacı görüşme yapılan katılımcının bakış açısının ölçülmeye çalışılmasıdır. Görüşme tekniğinin birçok araştırmada tercih edilmesinin nedeni gözlemlenemeyen

davranışlar, duygular ve insanların çevrelerindeki dünyayı nasıl gördükleri (Merriam, 2015, s.86)'nin öğrenilmesi gerekliliğidir.

3.1. Örneklem

Araştırma örnekleminin belirlenmesi, nitel araştırmalar için oldukça önemli bir konudur. Nitel araştırmada kullanılan örneklem yöntemleri içerisinde en çok tercih edilenlerden biri de amaçlı örnekleme yöntemidir. Amaçlı örnekleme yöntemleri içerisinde “*bireylerin ve mekanların spesifik özelliklerine bağlı olarak çeşitli doküman varyasyonları*” içeren maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ve “*kişiden kişiye, kişiden de olaylara ulaşılarak durumların tanımlanmasıyla bilgilerin zenginleştirilmesi*” anlamına gelen kartopu veya zincir örnekleme olarak tanımlanan örnekleme stratejileri yer almaktadır (Creswell, 2016, s.158).Amaçlı örnekleme yöntemlerinden maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi ve kartopu örnekleme yönteminin birlikte kullanıldığı çalışmanın evrenini Bolu İlinde yer alan Göynük İlçe merkezi oluşturmaktadır. 2017 yılında Cittaslow ağına katılarak sakin şehir yapısını tescil ettirmiş olan Göynük, tarihi İpek Yolu üzerinde yer alan ve mimari özellikleri ile de Osmanlı kültürünü yansıtan bir yerleşim merkezidir. Araştırmada Göynük’ün çalışma evreni olarak seçilmesinde ilçenin bu özellikleri önemli rol oynamıştır.

Araştırma örneklemini oluşturan Göynük’te öncelikle yerel idare kurumlarından ilçedeki konak işletmelerine ilişkin bilgi istenilmiştir. Buna ek olarak, bölgede yapılmış geçmiş turizm araştırmaları gibi akademik yayınlardan ve internet gibi tanıtım araçlarından bölgedeki konak işletmelerinin bilgileri araştırılıp kaydedilmiştir. Ardından, yerel idarecilerden alınan bilgiler ve yapılan araştırma sonucunda ulaşılan konak işletmeleri listesi karşılaştırılıp birleştirilerek isim, telefon ve adres bilgileri ile kategorize edilmiştir.

Araştırma sonucunda 9 farklı konak işletmesinin bilgisine ulaşılmıştır. Sonraki aşamada ilçedeki konak işletmecileri ile görüşme yapılabilmesi amacıyla randevu talep edilmiştir. Sağlanan iletişimler sonucu bilgisine ulaşılan konak işletmelerinden ikisinin faal olmadığı öğrenilmiş, kalan 7 konak işletmesinden 6’sının katılımı sağlanarak konak sahipleri/yetkilileri ile bireysel, yüz yüze ve katılımcı görüşmeler sağlanmıştır. Bu noktada araştırma evreninin tamamına yakın bir oranda örnekleme ulaşıldığı söylenebilir. Bununla birlikte gerçekleştirilen görüşmelerde görüşlerin tekrar edilmeye başlaması ve veriler açısından bir doygunluğa ulaşıldığı görüldüğünde (Miles ve Huberman, 1994) araştırmanın veri toplama süreci tamamlanmıştır.

3.2. Veri Toplama Aracı

Nitel araştırma modellerinden, betimsel analiz kullanılarak tasarlanan çalışmada verilere ulaşabilmek için görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırmada ölçeğinin hazırlanması amacıyla yapılan literatür taraması sonucunda Boley, McGehee ve Hammett’in (2017) sürdürülebilir turizm girişimleri için kullandığı önem performans analizi ölçeği, araştırmacılar tarafından geliştirilerek 14 sorudan oluşan yarı yapılandırılmış mülakat formu oluşturulmuştur. Ölçekte kullanılan sorular çeviri metodolojisine uygun olarak Türkçeye çevrilmiş ve oluşan hatalar giderilerek ölçeğin dil geçerliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Oluşturulan sorular anlam bütünlüğü ve anlaşılabilirliği sağlamak amacıyla bu alanda çalışmaları bulunan üç akademisyen tarafından tekrar değerlendirilmiş yapılan düzeltmeler sonucunda ölçeğin yapı geçerliliği sağlanarak yarı yapılandırılmış mülakat formuna son hali verilmiştir. 25 Mayıs 2017-20 Haziran 2017 tarihleri arasında 35 dakika ile 65 dakika arasında değişen sürelerde yapılan mülakatlar ses kayıt cihazı ile kayıt edilmiştir.

3.3. Veri Analizi

Araştırma sonuçlarının anlamlandırılması ve geçerliliğin sağlanmasında veri analizinin yapımında izlenen yol oldukça önemlidir. Miles ve Huberman’a (1994) göre nitel araştırmalarda veri analizinde izlenmesi gereken üç bölüm vardır. Bunlar “verinin işlenmesi”, “verinin görsel hale getirilmesi” ve “sonuç çıkarma teyit etme” şeklinde isimlendirilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s.238-239). Bu araştırma da verilerin analizi için Miles ve Huberman’a (1994) önerdiği yol izlenmiştir. Bu kapsamda verilerin işlenmesi aşamasında veriler araştırmacılar tarafından incelenmiş ve kodlanarak kategorize edilmiştir. Oluşturulan tema ve kodlar tablolaştırılarak görsel hale getirilmiştir. Görsel hale getirilen

veriler aracılığıyla ortaya çıkan ilişkiler, kavramlar ve bulgular araştırma modeline uygun olarak yorumlanmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Araştırma kapsamında konak işletmeleri sahipleri ve temsilcileri ile yapılan görüşmelerde verilerin elde edildiği katılımcılara ilişkin demografik ve tanımlayıcı veriler ile işletmelerine ilişkin bilgiler Tablo 1.'de gösterildiği şekildedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

	Yaş Grupları /Cinsiyet	Eğitim Durumu	Doğum Yeri	İşletmedeki Konum	İşletmenin Mülkiyet Durumu	Konak Oda sayısı
K1	36-45/ Erkek	Lise	Göynük	Konak Sahibi	Kişiyeye ait	20 odalı
K2	36-45/ Erkek	Üniversite	Göynük	İşletmeci Yard.	Kişiyeye ait	11 odalı
K3	56-65/ Erkek	Lise	Göynük	Konak Sahibi	Kişiyeye ait	8 odalı
K4	56-65/ Erkek	Üniversite	Göynük	Konak Sahibi	Kişiyeye ait	8 odalı
K5	26-35/ Erkek	Lise	Göynük	İşletmeci	Belediye	7 odalı
K6	18-25/ Kadın	Üniversite	Göynük	Çalışan	Kişiyeye ait	8 odalı
K7	36-45/ Erkek	İlköğretim	Göynük	İşletmeci	Kişiyeye ait	7 odalı

Katılımcıların demografik bilgileri ve konak işletmelerinin bilgileri incelendiğinde ulaşılan işletmelerde sahiplerin ve temsilcilerinin büyük çoğunluğunun erkek olduğu görülmüştür. Bu noktada konak işletmelerinde her iki cinsiyette de çalışanlar bulunduğu gözlenmiş olmakla birlikte, konakların yönetim ve işletmecilik konumlarında erkeklerin yoğun olduğu söylenebilir. İşletmelerin biri dışında tamamının 2 yıldan az bir çalışma süresi olduğu öğrenilmiştir, bu durum bölgede turizmin yeni gelişmekte olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca katılımcıların tamamının doğum yerinin Göynük olması, işletmelerin mülkiyet durumu incelendiğinde genelinin şahsa ait olduğunun gözlenmesi araştırmada elde edilen önemli veriler arasındadır. Konakların oda sayılarının ise 7-20 arasında değiştiği görülmüştür.

4.2. Katılımcıların Sürdürülebilir Turizm Girişimlerine İlişkin Değerlendirmeleri

Araştırmada katılımcıların sürdürülebilir turizm girişimlerine ilişkin görüş ve değerlendirmelerinin sorgulanması sonucu elde edilen veriler Tablo 2.'de kategorileştirilerek sunulmuştur. Bununla birlikte tablonun devamında katılımcıların yanıtlarına ilişkin detaylı bilgiler sunulmuş ve görüşlerinin önemli noktaları irdelenmiştir.

Tablo 2. Katılımcıların Sürdürülebilir Turizm Girişimlerine İlişkin Önem ve Performans Değerlendirmeleri*

Değerlendirme	Öneme ilişkin değerlendirmeler (n=7)					Mevcut duruma ilişkin değerlendirmeler (n=7)						
	Çok önemsiz	Önemsiz	Orta (Nötr)	Önemli	Çok Önemli	Mod	Çok başarısız	Başarısız	Orta (Nötr)	Başarılı	Çok başarılı	Mod
Sürdürülebilir Turizm Girişimi												
1.Yerel turizm işletmelerinin desteklemesi			√√	√√√	√√	5				√√√	√√	4
2.Turizmin dört mevsime yayılması çabaları			√	√√√	√√√	5				√√	√√√	4
3.Turizm iş ve mesleklerinin çeşitlendirilmesi			√√	√√√	√√	5		√√		√√√	√√	4
4. Kaliteli hizmet ve ziyaretçi memnuniyeti sağlanması				√√√	√√√	5				√	√√√	5
5. Turizm ilgili alınacak kararlarda herkese katılım fırsatı verilmesi			√	√√√	√√√	5				√√√	√√√	5
6. Turizmin yerel halkın yaşam kalitesinde artış sağlaması			√√	√√√	√√	5				√√√	√√√	4
7. Kültür ve mirasın korunması			√√	√√√	√	5		√		√√√	√√	4
8. Turizmde tescilli yapılar ve imar politikaları gibi kamu düzenlemelerinin uygulanması			√√	√	√√	4				√√√	√	4
9. Turizmle ilgili toplumsal bilincin artırılması ve birlikteliğin sağlanması			√	√√√	√√√	5		√		√√√√	√√	4

10. Hava ve su kalitesinin korunması	√√	√√√ √√	5		√√√ √	√√√	4
11. Doğal çevrenin korunması	√	√√√ √√√	5		√√√ √√√	√	4
12. Yeşil sertifikalı turizm işletmelerinin geliştirilmesi	√√ √	√√	4	√√	√√√ √√		4
13. Turizm gelişiminin uygun ölçekte sınırlandırılarak planlanması	√√ √	√	4		√√√ √√√	√	4
14. Taşıma kapasitesinin aşılması	√√ √√	√√√	4		√√√ √√	√√	5

*Görüşmelerde en çok tekrar eden değerlendirme Mod olarak gösterilmiştir.

4.2.1. Sürdürülebilir Turizm Girişimleri Konusunda Yerel Turizm İşletmelerinin Desteklemesi Çok Önemlidir ve Bölgede Yerel Turizm İşletmeleri Desteklenmektedir:

Araştırma kapsamında katılımcılara yerel turizm işletmelerine verilen desteğe ilişkin cevaplarda katılımcıların, yerel işletmelerin desteklenmesinin çok önemli olduğunu düşündükleri ve bölgede desteklerin sağlandığı görülmüştür. İşletmelerin desteklenmesi konusunda “ekonomik destekler” ön plana çıkmıştır. Bu noktada K2 kodlu katılımcının ifadesi desteğin önemini ve K4 kodlu katılımcıların cevabı destek türünü ifade etmesi yönüyle önemli olup şu şekilde olmuştur;

K2: Desteklenmesi çok önemli. Çünkü işletmeler turizmi canlandırıyor. İşletme olmazsa ürün sunumu olmaz. İşletmeler ne kadar gelişirse buraya o kadar gelen olur. Destek var ama artabilir.

K4: Kesinlikle, en önemli şey. Şimdi yerel bir turizm işletmesi yapılmışsa yapılma aşamasından başlayın, sürdürülebilirliği için de desteklenmesi lazım. Bir işletme yapmak kolay değil. Bir proje başlayacaksın başlamadan proje aşamasında, ardından haritada, sonra belediye harcınca maliyet olacak. Küçük işletmeler için bunlar kolay değil. Hadi bu işin içinden çıkıldı, yapıldı. İşletme sürecinde önünün açılması için teşvikler lazım. Böyle bir işletme için 5 tane 6 tane çalışan lazım. Bunun aylık maliyetleri olacak. Yerel işletmeler desteklenmeden bu maliyetlerin altından kalkamayabilir. İleriye dönük talep arttıkça işler daha da zorlaşacaktır. Destekler olmadan yenilik yapamazsın; insanların ihtiyaçlarına göre hizmet geliştiremezsin. Kolaylıklar sağlanması lazım.

4.2.2. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde turizmin dört mevsime yayılması çok önemlidir ve bölgede dört mevsim turizm faaliyetleri vardır:

Araştırmada katılımcılara turizm faaliyetlerinin dört mevsime yayılması hususunda yöneltilen soruda katılımcılar bunun çok önemli olduğu ve bölgede dört mevsim turizm faaliyetleri bulunduğu cevabını vermiştir. Bu noktada bölgenin “doğal kaynakları”, “kültür ve inanç turizmi kaynakları” ile “termal

turizm tesislerine yakınlığı''turizmin dört mevsim sürmesinde etkili unsurlar olarak görülmüştür. Aşağıdaki ifadeler öne çıkan cevaplar olmaları nedeniyle önemlidir;

K6: Çok önemli. Burada 4 mevsim turizm vardır. Özellikle inanç turizminden de besleniyor burası. Bu dört mevsime yayılmasını sağlıyor.

K4: Kesinlikle önemli. Burada şu anda 4 mevsime yayılmış durumda ve bu önemli. Burada yaz kış diye bir şey yok. Bunun en büyük sebebi de Göynük çevresindeki termal tesislerin faal olması. Termal yaz kış devam ettiği için gelen insanlar muhakkak bu tarafa da geliyorlar. Tarihimiz ve kültürümüz de çok etkili bunda. Kullanılacak tanıtılacak çok değerimiz var. Göynük halk oyunları geleneksel halk oyunları kültür bakanlığının düzenlediği etkinlikte birinci seçildi. Kültürümüz çok zengin. Bunların tanıtılması önemli. Ben Göynük'e tarihin kalbinin attığı yer diyorum. Bakın şurada koskoca bir Akşemseddin yatıyor. Koskoca bir çağ açıp kapayan adamın hocası Akşemseddin. Bakın şu Zafer Kulesi var mesela, bu, Türk milletinin ilk özgürlük anıtıdır. 300 yıl Osmanlı Devleti hücum edememiş. İlk defa, Sakarya Meydan Muharebesi'nde akına geçiyor. Geçmişle günümüz yan yana. İkisi de ayrı muhteşem. Göynük'ün kelime manası mesela, "ateşin yandığı yer" demektir. Ve Mevlana bile kullanmıştır bu kelimeyi. Burası ateşin yandığı yerdir. Tesadüfen gelmedi bu zatlar buraya. Burada tarihin kalbi atıyor. Debba Dede var burada. Peygamberimiz zamanında yaşamış bir insandır. Eyüp Sultan'a kadar yol boyunca 6 tane sahabe vardır. Bu zatları çekenlerden biri o. Buraya tesadüfen gelmediler. İstanbul'un fetih hazırlıklarının yapıldığı yer burası. Kültürümüz, tarihimiz çok köklü ve zengin.

K1: Önemli tabi. Dört mevsim de faaliyet göstermek daha iyi olacaktır. Dört mevsime yayılması konusunda belediyemizin çalışmaları var. İşletmeler olarak fazla deneyimli değiliz. Ama doğa yürüyüşü, kayak vb. şeyler yapılabilir.

K2: Evet çok önemli. Bu kadar güzelliğimiz var, her mevsim bunlardan istifade edilmesi gerek. Burada o çabalar var. Genel olarak her mevsim ziyaretçi kabul edebilecek durumdayız. Yeni çabalarımız da var. Mesela karda off-road yapılması için bile çabamız oldu.

4.2.3. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde turizm ile ilgili iş ve mesleklerinin çeşitlendirilmesi ve yaygınlaştırılması çok önemlidir, bölgede turizmle ilgili iş ve mesleklerin çeşitlendirilmesi çabaları artırılabilir:

Araştırmada katılımcılara turizmle ilgili iş ve mesleklerin çeşitlendirilmesi hususunda yöneltilen soruda katılımcılar bunun çok önemli olduğu ve bölgede bu çalışmaların artırılabilceği cevabını vermiştir. Bu noktada "eğitim" konusu ön plana çıkmıştır. Bu noktada alınan cevapların birkaçı şu şekildedir;

K4: Kesinlikle çok önemli. Turizm rehberi yetiştirecek bir kurs, bir yüksekokul olabilir mesela. Belediyenin bu konuda bir girişimi olmuştu. Eğitim verilerek bu konuda profesyoneller yetiştirilmesi gerekiyor.

K2: Çok önemli. Yetişmiş eleman böyle sağlanıyor. Bu bölgede yetişmiş eleman sağlayacak kurumlara ihtiyaç var. Bu, burada olsa iş çeşitlenecek.

K7: Evet, önemli. Biz kendimiz bunu yapıyoruz. Ama buna beraber çalışmak lazım, eğiteceksiniz bizleri.

K1: Önemli olur tabi. Mesela bir kaşık ustamız vardı, vefat etti. Onun yetiştirdiği oğlanları var. Mesela çok güzel ayakkabı ustaları vardı. Zamanla el sanatları azalabiliyor.

4.2.4. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde kaliteli hizmetle sağlanan müşteri memnuniyeti çok önemlidir, bölgede kaliteli hizmetle müşteri memnuniyeti çok iyi sağlanmaktadır:

Araştırmada katılımcılara kaliteli hizmetle müşteri memnuniyeti sağlanması hususunda yöneltilen soruda katılımcılar bunun çok önemli olduğunu söylemiş ve bölgede kaliteli hizmetle müşteri memnuniyetinin çok iyi sağlandığı cevabını vermiştir. Katılımcılar hizmet sundukları müşterilerle sürekli iletişim kurup fikir, beklenti ve memnuniyetlerini gözlemlediklerini belirterek bu durumu aynı müşterilerin tekrar işletmelerine ziyaretleri ile de görebildiklerini vurgulamıştır. Memnuniyet konusunda ‘‘birebir iletişim’’ ve ‘‘yerel ürünlere ilgi’’ ön plana çıkmıştır. Bu noktada aşağıdaki ifadeler önemlidir;

K1: Çok önemli. Ve insanlar memnun müşterinin öneminin farkındalar. Biz burayı kurban bayramında açtık geçen sene. Münferit kalan konuklar o kadar memnun kaldı ki, onlar diğer insanları bize yönlendirdi. İnternet sitemiz kurulana kadar yine doluyduk bu sayede.

K3: İnsanlar memnun ve bunun sebebi var. Bizim reçellerimiz ev yapımı. Tereyağımızı kendimiz yapıyoruz. Kuru tereyağı. Bakın 1 gram yem yemez şimdi hayvanlar. Gece gündüz otlar ve biz bu dönemdeki yağını alırız hayvanların. Ekim ayında hayvanlar başak yediği yağlı olduğu için keçi peynirini yaparız. Haziran-Temmuz aylarında tereyağını yaparız. Bu başka bir lezzettir. O tereyağı ağaç kabın içinde bir sene bekler. Mesela, insanımızın kendi yaptığı incir reçeli var. Glikoz kullanılmadığını görüyor insanlar. Biz kemik suyunu, et suyunu hazır ürünlerle yapmıyoruz. Dışarıdan alınan ürünler gibi değil bunlar. İnsanlar bunu anlıyor, görüyor.

K6: Turizmin ve ticaretin en önemli unsuru müşteriye memnun edip devamlılığını sağlamaktır. Biz her müşterimizi memnun ediyoruz. İnsanlar yeni düzenleme ve yatırımların da etkisiyle daha da memnun oldu. Kendimizi geliştirmeye de açtık. Daima sorarız; bir eksiğimiz var mı? Bir yapılmasını istediğiniz şey varsa söyleyin, diyoruz.

4.2.5. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde alınacak kararlara herkese katılım fırsatı verilmesi çok önemlidir, bölgede kararlarda herkese katılım fırsatı sağlanmaktadır:

Araştırmada katılımcılara kararlara herkese katılım fırsatı verilmesi hususunda yöneltilen soruda katılımcılar bunun çok önemli olduğunu söylemiş ve bölgede kararlarda herkese katılım imkanı sağlandığını belirtmiştir. K1 ve K6 kodlu katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir;

K1: Önemli tabii. Turizm toplulukla olur. Toplum uyumlu olursa insanlar daha mutlu olur. Herkes aynı şekilde davranırsa iyi şeyler başarılabilir. Burada o katılım sağlanıyor. Mesela belediye başkanımız toplantı yaptı. Katıldık. Turizmle ilgili insanları da topladı. Ne yapılabilir diye konuştuk. Elektrikli bisiklet aldık. Yönlendirdi bizi o konuda.

K6: Evet önemli ve herkes söz sahibidir burada. İmece kültürü hala devam eder burada. Herkes söz sahibidir. Burada herkes birbirini tanır. İç içedir insanlar.

4.2.6. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde yerel halkın yaşam kalitesinde artış sağlanması çok önemlidir, bölgede turizm halkın yaşam kalitesini artırmaktadır:

Araştırmada katılımcılara yerel halkın yaşam kalitesinde artış sağlanması hususunda yöneltilen soruda katılımcılar bunun çok önemli olduğunu söylemiş ve bölgede turizm faaliyetlerinin yerel halkın yaşam kalitesini artırdığını belirtmiştir. K2 ve K4 kodlu katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir;

K2: Önemli. Yerel halkın davranışı zamanla turizme yönelir. Burada da bu sağlandı. Bundan 10-15 sene önce insanlar bu kadar fazla gezmeye gitmezdi. Artık öyle değil. İnsanlar, onlar bize geliyor, biz de onlara gidelim diye düşünüyor.

K4: Evet önemlidir. Şuan da sağlanıyor ama bu zamanla artacak. İnsanların el emeği paraya dönecek. Sosyal ortamlar artacak. Üretim artacak. Bu imkanlar insanlara yansiyacak. Birlikte bir şeyleri becermenin verdiği haz var. Sinerji oluşuyor. Bu girişimler insanları bir araya

getiriyor. Bakan şu gördüğünüz teyze 90 yaşında. Eline bıçağı almış makarna yapıyor. Bunu yapmak ona fayda sağlıyor ki yapıyor. Sosyal hayata katıyor onları.

4.2.7. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde kültür ve mirasın korunması çok önemlidir, bölgede kültür ve miras korunmaktadır:

Araştırmada katılımcılara kültür ve mirasın korunması hususunda yöneltilen soruda katılımcılar bunun çok önemli olduğunu söylemiştir. Katılımcılar bölgede kültür ve mirasın korunduğu belirtilmiştir. K4 kodlu katılımcıların şu ifadeleri kültürün korunması ile turizm ürünü olarak değerlendirilmesi arasındaki ilişkiyi vurgulaması bakımından önemlidir;

K4: Kesinlikle çok önemli. Ama bunun nasıl yapılacağı da çok önemli. İnsanlar kültürünü yaşıyor ama kendi için yaşıyor. Bunu turizm amaçlı yansıtmak için bu tür yerlerin geliştirilmesi lazım. İnsanlara sunulması lazım. Turizm işletmeleri bu işi yapıyor. Göynük bunu yapıyor. Kültürünü yaşıyor. Kendi için yapıyor. Kültürünü yaşam mirasını koruyor. Bunun önemini de daha iyi anlıyor artık. Göynük'ün yerli halkı hala alışkanlıklarını devam ettirir.

4.2.8. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde tescilli yapılar ve imar politikaları gibi kamu düzenlemelerinin uygulanması önemlidir, bölgede bu düzenlemeler uygulanmaktadır:

Araştırmada katılımcılara tescilli yapılar ve imar politikaları gibi kamu düzenlemelerinin uygulanması hususunda yöneltilen soruda katılımcılar bunun önemli olduğunu söylemiştir. Katılımcılar bölgede bu tür düzenlemelerin uygulandığını belirtmiştir. Bununla birlikte K3 kodlu katılımcının şu ifadeleri, ilçede yerel halk ve yerel idarecilerin işbirliği sağlayabilmesine rağmen, Anıtlar Kurulu, Su İşleri gibi kurumların yerel halka ve yerel idarecilere daha fazla ‘kolaylık ve inisiyatif’ tanıyabileceğini vurgulaması bakımından önemlidir.

K3: Evet önemli. Ama bu süreçlerin hızlı işlemesi önemlidir. Bu heyetler, kurullar yapıcı ve kolaylaştırıcı olmayı unutmamalı. Bölgemizde bu sağlanıyor. Ama üzerinde çalışılabilir. Yapılabilecek çok fazla şeye imkân var. Mesela deremiz var. Biz bunun biraz yığılmasını sağlayıp birikimli olarak akması için çalışma istedik. Deremizin havzası yayılarak aksın istedik. Belediyemiz destekledi. Ama su işleri bu süreci onaylamadı sanırım. Koruma politikalarının iyiye, güzel fikirlere destek olması gerekir. Biz bu konuda gereken her şey için çaba sarf ediyoruz. Yaptığımız ürettiğimiz her şey bir değerdir. Memleketin kazancıdır.

4.2.9. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde toplumsal bilincin artırılması ve birlikteliğin sağlanması önemlidir, bölgede toplumsal bilinç ve birliktelik sağlanmaktadır:

Araştırmada katılımcılara toplumsal bilincin artırılması ve birlikteliğin sağlanması konusunda yöneltilen soruda katılımcılar toplumsal bilincin ve birlikteliğin önemli olduğunu söylemiştir. Katılımcılar bölgede toplumsal bilincin ve birlikteliğin sağlandığını söylemiştir.

4.2.10. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde hava ve su kalitesinin korunması çok önemlidir, bölgede hava ve su kalitesi korunmaktadır:

Araştırmada katılımcılara hava ve su kalitesinin korunması konusunda yöneltilen soruda katılımcılar hava ve su kalitesinin korunmasının çok önemli olduğunu söylemiştir. Katılımcılar bölgede hava ve su kalitesinin korunduğunu söylemiştir. Araştırmada Göynük'e bağlı Himmetoğlu Köyü'nde termik santral olduğu öğrenilmiştir. Bölgenin hava ve su kalitesini ileriki süreçte tehdit etmemesi için plan ve çalışmalar yapılabileceği yorum ve değerlendirmesi gözlenmiştir.

4.2.11. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde doğal çevrenin korunması çok önemlidir, bölgede doğal çevre korunmaktadır:

Araştırmada katılımcılara doğal çevrenin korunması konusunda yöneltilen soruda katılımcılar doğal çevrenin korunmasının çok önemli olduğunu söylemiştir. Katılımcılar yapılan mülakatlarda bölgede

doğal çevrenin iyi korunduğunu, bununla birlikte çevre duyarlılığı ve bilincinin artırılabilirliğini ifade etmiştir.

4.2.12. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde yeşil sertifikalı turizm işletmelerinin geliştirilmesi önemlidir, bölgede bu tür işletmeler geliştirilebilir:

Araştırmada katılımcılara yeşil sertifikalı turizm işletmelerinin artırılması konusunda yöneltilen soruda katılımcılar bu tür işletmelerin önemli olduğunu söylemiştir. Katılımcılar yapılan mülakatlarda bölgede bu tür işletmelerin geliştirilebileceğini ifade etmiştir. K2 kodlu katılımcının ifadeleri şu şekildedir;

K2: Önemli. Bu bölgede sağlanması için örnek teşkil edecek işletmeler yapılabilir. Yenilenebilir enerji kullanan, kendi kaynaklarıyla elektriğini üretebilen, çöpünü imha edebilen işletmeler kurularak olur bu. Biz yeşili ile öne çıkan bir ilçeyiz. Şu anda sadece su ısıtmasında güneş enerjisi kullanımı var.

4.2.13. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde turizm gelişiminin uygun ölçekte sınırlandırılarak planlanması önemlidir, bölgede turizm gelişimi uygun ölçekte sınırlandırılarak planlanmaktadır:

Katılımcılara turizm gelişiminin uygun ölçekte sınırlandırılarak planlanmasına ilişkin yöneltilen soruda katılımcılar bu tür planlamaların önemli olduğunu belirtmiştir. Katılımcılar yapılan görüşmede bölgede turizm gelişiminin uygun ölçekte sınırlandırılıp planlanarak sağlandığını, bu noktada arz-talep dengesi ve bölgenin geleceğe ilişkin planları arasında denge sağlanmasının önemli olduğunu söylemiştir. Katılımcılar bölgede turizmin gelişme konusunda henüz kesin plan ve sınırlamalara ihtiyaç duyma aşamasında olmadığını belirtmiştir.

4.2.14. Sürdürülebilir turizm girişimlerinde taşıma kapasitesinin aşılmaması önemlidir, bölgede turizm gelişimi taşıma kapasitesinin aşılmadan gerçekleştirilmektedir:

Katılımcılara sürdürülebilir turizmde taşıma kapasitesinin aşılmamasına ilişkin yöneltilen soruda katılımcılar bunun önemli olduğunu belirtmiştir. Katılımcılar yapılan görüşmede bölgede turizm gelişiminin taşıma kapasitesi aşılmayacak şekilde gerçekleştirildiğini, henüz taşıma kapasitesi sınırlarına yaklaşmaktan çok uzak olduklarını söylemiştir. K2 kodlu katılımcının ifadesi genel yaklaşımı özetler niteliktedir;

K2: Bu önemli. Antalya bölgesinde bu taşıma kapasitesi sınırlanabilir. Ama bizde turizm bu durumda değil. Konaklama 250-250 yatak. Ama bir günde maksimum gelen insan sayısı 2 bin. Akşemseddin gününde. Onlar da bir gün için geliyorlar. 500-550 restoran sandalye kapasitemiz vardır muhtemelen. Genel konaklama kapasitesi fazla değil. Bu durum büyük seyahat işletmelerinin Göynük'te konaklamamasına sebep olabilir. Batı Karadeniz turlarının başlangıç noktasıydık bir dönem. Daha sınırlara yaklaşılmadı. Burada yatırım ve gelişim ihtiyacı hala devam ediyor.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm yıldan yıla gelişip ülke ekonomilerindeki etkisini artırırken turizmin toplum, çevre, doğal kaynaklar, kültür gibi unsurlarla etkileşimi yeni ve çok yönlü değişimler ortaya çıkarmaktadır. Turizm faaliyetlerine turistler ile ziyaretçi kabul eden bölge ve destinasyonlar arasında kazanımlar sağlamaktadır. Bununla birlikte ulusal ve uluslararası turizm hareketleri kaynak kullanımları, bölge ziyaretleri süresinde doğal ve kültürel çevrede gerçekleştirilebilen tahribat, sosyal ve tarihi dokuda bozulma, tüketim davranışlarında ve alışkanlıklarda değişme gibi olumsuz etkilere de sebep olabilmektedir. Sürdürülebilir turizm, turistlerin ihtiyaçlarını karşılarken gelecekteki nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yetkinliğini koruması dolayısıyla turizm süreçleri içinde önemli bir konuma sahiptir. Araştırmada sürdürülebilir turizm uygulamaları konusunda Bolu iline bağlı Göynük'te incelemelerde bulunulmuştur.

Araştırmada katılımcıların demografik bilgileri ve işletmelere ilişkin tanımlayıcı bilgilere bakıldığında katılımcıların tamamının doğum yerinin Göynük olduğu ve işletmelerin şahsa ait olduğu görülmüştür. Bu durum Göynük'teki konak işletmelerinin yerel halk tarafından kurulup faaliyetlerini yürüten işletmeler olduğunu göstermektedir. Katılımcıların yaklaşık tamamının erkek olması konakların yönetim ve işletmecilik konularında erkeklerin yoğun olduğu ortaya koymuştur. Bunun sebebinin sosyo-kültürel değerler (Duran, 2011) ve toplumdaki cinsiyet rolleri (Aslan ve Atabey, 2009; Günay ve Bener, 2011) olduğu söylenebilir. Ayrıca işletmelerin biri dışında tamamının 2 yıldan az bir çalışma süresi olduğu öğrenilmiştir, bu durum bölgede turizmin yeni gelişmekte olduğunu ortaya koymaktadır. Yapılan araştırmada bu noktada bölgede yerel halk ve yöneticiler arasında ortak amaçlar ve işbirliği sağlandığı, yerel idarecilerin de yönlendirmeleri ve destekleriyle gelir kaynaklarının işçilik ile tarım ve hayvancılıktan turizme yönelmesi süreci söz konusu olduğu görülmüştür. Bununla birlikte işletmelerin yakın tarihte kurulması turizmde uzmanlaşma ve profesyonelleşme için bölgeye araştırma, eğitim, bilgi ve kaynak aktarımı gibi desteklerin sağlanmasının gerektiğini ortaya koymaktadır.

Sürdürülebilir girişimlerine ilişkin önem ve performans değerlendirmelerinde “Kaliteli hizmet ve ziyaretçi memnuniyeti sağlanması” konusu en önemli konulardan biri olarak gözlenmiştir. Bu etkenin en yüksek düzeyde önemli olduğu hususunda katılımcıların fikir birliğine sahip olduğu görülmüştür. Bu sebeple bölgedeki konak işletmelerinin müşteri odaklı bir hizmet anlayışı benimsediği (Oktay vd., 2010; Kadampully vd., 2013, Aykol ve Zengel, 2014) söylenebilir. “Turizm gelişiminin uygun ölçekte sınırlandırılarak planlanması” hususuna verilen cevaplar ise bölgede turizmin gelişme konusunda henüz kesin plan ve sınırlamalara ihtiyaç duyma aşamasında olmadığını göstermiştir.

Katılımcıların mevcut duruma ilişkin değerlendirmelerinde ise yine “Kaliteli hizmet ve ziyaretçi memnuniyeti sağlanması” unsurunda fikir birliği görülmüştür. Katılımcılar hizmet sundukları müşterilerle sürekli iletişim kurup fikir, beklenti ve memnuniyetlerini gözlemlediklerini belirtmiş, bu durumu müşterilerin tekrar işletmelerine ziyaretleri ile de görebildiklerini vurgulamıştır. Kaliteli hizmet ve ziyaretçi memnuniyeti konusunda “*birebir iletişim*” hem gözlem aracı hem de memnuniyet kaynağı olarak, “*yerel ürünlere ilgi*” ise memnuniyet kaynağı olarak iki tema şeklinde öne çıkmıştır. Mevcut duruma ilişkin değerlendirmelerde “Turizm iş ve mesleklerinin çeşitlendirilmesi” ve “yeşil sertifikalı turizm işletmelerinin geliştirilmesi” girişimleri konuları mevcut durumda odaklanılabilecek konular olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte görüşmelerde gerek yeşil sertifikalı işletmelere yönelik değerlendirmelerde verilen önemin nispeten az olması, gerekse katılımcıların değerlendirmelerinde beklentinin yoğunluğu incelendiğinde öncelikli odaklanılabilecek noktanın turizm iş ve beklentilerinin çeşitlendirilmesi olduğu görülmüştür.

Katılımcıların iş ve mesleklerin çeşitlendirilmesi konusundaki değerlendirmelerinde “*eğitim*” teması ön plana çıkmıştır. Katılımcılar turizm eğitime sahip eleman temini, insanların turizm konusundaki deneyimsizliğinin etkilerinin giderilmesi ve kültürel değeri olan özel mesleklerin geleceğe ulaştırılması gereksinimlerini eğitim ihtiyacıyla bağdaştırmıştır. Bu durum bölgede sürdürülebilir turizm girişimleri noktasında öncelikle odaklanılabilecek konunun iş ve mesleklerin çeşitlendirilmesi bağlamında eğitim çalışmalarının geliştirilmesi olduğu söylenebilir. Bu değerlendirmelerle birlikte, yerel turizm işletmelerinin desteklenmesinde “*ekonomik destek gereksinimleri*”, bölgede turizmin dört mevsime yayılmasında “*doğal kaynaklar*”, “*kültür ve inanç turizmi*” ile “*termal turizm tesislerine yakınlık*” temaları etkili unsurlar olarak gözlenmiştir. Kamu düzenlemelerinde merkezi kurumların yerel halka ve yerel idarecilere “*kolaylıklar ve inisiyatif*” sağlaması araştırma kapsamında oluşan diğer değerlendirme temaları olarak ortaya çıkmıştır. Bu bulgular turizm politikaları (Bahar, 2007; Sezgin ve Karaman, 2008; Küçük ve Güreş, 2013) ve sürdürülebilir turizm girişimleri (Kara, 2011; Altanlar ve Kesim, 201; Mercan ve Özkök, 2013 vd.) konulu benzer araştırmaların bulgularını destekler nitelikte olmuştur.

Turizmde sürdürülebilirlik için yerel turizm işletmelerinin desteklenmesi, kamusal düzenlemelerin yapıcı ve teşvik edici nitelikte oluşu, doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilir turizm politikalarındaki belirleyici konumunun dikkate alınması turizm gelişimi süreçlerinde önemli gereksinimlerdir. Turizm planları ve süreçlerin denetimi konusunda yetkili kamu kuruluşları ile özel sektördeki turizm işletmelerinin işbirliği yaparak bu gereksinimlerin karşılanmasına odaklanması

sürdürülebilir turizm uygulamalarını geliştirebilecektir. Turizm girişimlerinin yerel turizm işletmeleri değerlendirmeleri yoluyla incelendiği bu çalışma, konuya ilişkin yerel halkın tutumları, politika ve uygulamaların bölgelerde ortaya çıkan turizmin istenmeyen sonuçlarını etkileme düzeyleri, girişimlerin başarısının artırılması için alınabilecek diğer işlevsel tedbir ve uygulamalar gibi hususları sonraki akademik araştırmalara bırakmaktadır.

KAYNAKÇA

- Albayrak, A. (2014). Havalimanı restoranlarında hizmet kalitesinin Önem-Performans Analizi'yle değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6/3, 157-178.
- Albayrak, T. ve Caber, M. (2011). Önem-Performans Analizi: Destinasyon yönetimine dair bir örnek/Importance-Performance Analysis: A sample about destination management. *Ege Akademik Bakış*, 11(4), 627-638.
- Altanlar, A. ve Kesim, G. A. (2011). Sürdürülebilir turizm planlaması için yöre halkı ve yerli turistlerin davranış ve beklentilerini anlamaya yönelik bir araştırma: Akçakoca örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 3(2), 1-20.
- Aslan, Ş., & Atabey, A. (2009). Küresel rekabette kadın girişimcilerin rolü ve Türk kadın girişimci tipolojisi. *Journal of Azerbaijani Studies*, 12 (4), 1-17.
- Ayaş, N. (2007). Çevresel sürdürülebilir turizm gelişmesi. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 1-11.
- Aykol, E. ve Zengel, R. (2014). 21. Yüzyılda yeni nesil konaklama yapıları: Butik otel yaklaşımı. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(2), 211-225.
- Bahar, O. (2007). Bölgesel kalkınmada turizm sektörünün ekonomik açıdan yeri ve önemi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(19).
- Boley, B. B., McGehee, N. G. and Hammett, A. T. (2017). Importance-Performance Analysis (Ipa) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*, 58, 66-77.
- Bramwell, B. (2015). Theoretical activity in sustainable tourism research. *Annals of Tourism Research*, 54, 204-218.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. 3. Baskı, Çev. T. Özsevgenç, Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Dolmacı, N. ve Bulgan, G. (2013). Turizm etiği kapsamında çevresel duyarlılık. *Journal of Yasar University*, 29(9),4853-4871.
- Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (2011). Introduction: The discipline and practice of quantitative research. *The Sage Handbook Of Qualitative Research* (4th ed., 1-19). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Duran, E. (2011). Turizm, kültür ve kimlik ilişkisi: Turizmde toplumsal ve kültürel kimliğin sürdürülebilirliği. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi Yıl:10 Sayı:19*, 291-313.
- Ekinci, M. B. (2014). The cittaslow philosophy in the context of sustainable tourism development: The case of Turkey. *Tourism Management*, 41, 178-189.
- Frauman, E. and Banks, S. (2011). Gateway community resident perceptions of tourism development: Incorporating importance-performance analysis into a limits of acceptable change framework. *Tourism Management*, 32(1), 128-140.
- Griffin, T. and Edwards, D. (2012). Importance-Performance Analysis as a diagnostic tool for urban destination managers. *Anatolia: An International Journal Of Tourism And Hospitality Research* 23(1), 32-48.
- Günay, G. ve Bener, Ö. (2011). Kadınların toplumsal cinsiyet rolleri çerçevesinde aile içi yaşamı algılama biçimleri. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 15 (3), 157-171.
- Hardy, A. and Pearson, L. J. (2017). Examining stakeholder group specificity: An innovative sustainable tourism approach. *Journal Of Destination Marketing & Management* (Online available article: 18 May 2017, <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.05.001>).
- Kadampully, J., Sparks, B. and Mok, C., (2013). *Service quality management in hospitality, tourism, and leisure*. Routledge.
- Kara, Ç. (2011). Turistik ticari halkbilimsel ürünler ve Beypazarı. *Milli Folklor*, 23(89).54-65.

- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik turizmin sürdürülebilirliği. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(2), 93-114.
- Korkmaz, M. ve Başkalkan, S. N. (2011). Eğirdir gölü ve çevresinde turizm gelişiminin sürdürülebilirliği üzerine değerlendirmeler. *Sdü Orman Fakültesi Dergisi*, 12, 62-69.
- Küçük, M. ve Güneş, G. (2013). Yerel kalkınmada bir etken olarak turizm: Yerel sivil toplum kuruluşlarının görüşleri. *Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi*, 22(4), 23-50.
- Lee, T. H. and Hsieh, H. P. (2016). Indicators of sustainable tourism: A case study from a Taiwan's wetland. *Ecological Indicators*, 67, 779-787.
- Sezgin, M. ve Karaman, A. (2008). Turistik destinasyon çerçevesinde sürdürülebilir turizm yönetimine pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 429-438.
- Mansuroğlu, S. (2006). Turizm gelişmelerine yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Akseki/Antalya Örneği. *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi* 19(1), 35-46.
- Mansuroğlu, S., Kınıklı, P. ve Saatçı, B. (2012). Antalya'da kentsel gelişimin ekolojik açıdan değerlendirilmesi ve sürdürülebilirlik kapsamında önerilerin geliştirilmesi. *Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 49(3), 255-264.
- Matzler, K., Sauerwein, E. and Heischmidt, K.A. (2003). Importance-Performance Analysis revisited: The role of the factor structure of customer satisfaction. *The Service Industries Journal*, 23(2), 112-129.
- Mercan, Ş. O. ve Özkök, F. (2013). Sürdürülebilir turizmde yerel yönetimlerin önemi: Bozcaada örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 409-417.
- Merriam, S. B. (2015). *Nitel araştırma desen ve uygulama içeren bir rehber*. Çev. S. Turan, (3. Baskıdan Çeviri), Ankara: Nobel Yayınları.
- Miles, B. M. ve Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded source book*. California: Sage.
- Oktay, E., Kılıç, G. ve Pelit, E. (2010). Üç yıldızlı otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(3), 291-310.
- Patton, M. Q. (2002). *Chialitative research and evaluation methods* (3rd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Sarıkaya, M., & Kara, F. Z. (2007). Sürdürülebilir kalkınmada işletmenin rolü: Kurumsal vatandaşlık. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(2), 221-233.
- Seçkin, E. S., Dalgın, T. ve Çeken, H. (2010). Sürdürülebilir kültür turizmi: Efes örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 19(2), 27-34.
- Somuncu, M. ve Yiğit, T. (2008). Göreme Milli Parkı ve Kapadokya Kayalık Sitleri Dünya Mirası Alanı'ndaki turizmin sürdürülebilirlik perspektifinden değerlendirilmesi. *Ankara: V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu Bildiri Kitabı*, 387-402.
- Tekin, Ö. A., Kalkan, G. ve Duman, H. (2014), Hizmet kalitesinin Önem-Performans Analizi ile ölçülmesi: Üniversite sosyal tesislerinin konaklama üniteleri üzerinde bir uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 7 Sayı: 31, 751-770.
- Tetik, N. (2012). Turist rehberlerinin ekoturizm alanındaki yeterliliklerinin Önem-Performans Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 9(3), 6-24.
- Tutulmaz, O. (2012). Sürdürülebilir kalkınma: Sürdürülebilirlik için bir çözüm vizyonu. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(3), 601-626.
- World Commission On Environment And Development (1987). *Our common future* (Australian Ed). Melbourne: Oxford University Press.
- Zhang, H.Q. and Chow, I. (2004). Application of Importance-Performance Model in tour guides' performance: Evidence from Mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism Management*, 25 (1), 81-91.

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMADA TURİZMİN YERİ VE ÖNEMİ: KASTAMONU ÖRNEĞİ

Emel GÜNDÜZ

Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Bölümü/Yüksek Lisans Öğrencisi
gndzemel@gmail.com

Bekir YÜKSEL

Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Bölümü/Yüksek Lisans Öğrencisi
bekiryuksel497@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. MUHARREM AVCI
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü
mavci@kastamonu.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı, Kastamonu ilinde sürdürülebilir kalkınma kapsamında turizmin yerini ve önemini ortaya koymaktır. Ayrıca Kastamonu da yer alan kalkınma araçlarından olan sanayi, yer altı ve yer üstü zenginliklerinin turizm açısından ne gibi katkısının olduğuna dikkat çekmektir. Araştırmada nitel araştırma olan görüşme yönteminden faydalanılmıştır. Kastamonu’da öncelik olarak; kamu kurumları, sürdürülebilirlik konusunda bilgi sahibi üniversite akademik personeli ve basın yayın organları kişilerle görüşme sağlanmıştır. Katılımcılara yönlendirilen soruların cevabını almakla beraber bu konu hakkında neler yapılabilir sorusunun cevabı aranmaya çalışılmıştır.Yapılan çalışmalar neticesinde, Kastamonu’nun barındırmış olduğu birçok kültürel ve turizm çeşitliliği gözlemlenmiştir. Bu özelliklerin ortaya koymuş olduğu çeşitlilik ve doğanın bozulmamış olması bu çalışmanın oluşmasında etkili olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Kalkınma, Sürdürülebilir Kalkınma, Sürdürülebilir Turizm, Sürdürülebilir Turizm Kalkınması.

THE SITUATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND IMPORTANT: THE KASTAMONU SAMPLE

Abstract

The aim of this work is to reveal the role and the importance of tourism within the scope of sustainable development in Kastamonu. And also it is aimed to point out how the development tools such as industry, underground and overland wealth contribute to the tourism of Kastamonu.

In this study, interview method, a qualitative research was used. As a priority in Kastamonu; interviews were held with public institutions, university academic staff with information on sustainability and the press media organs.

Along with getting answers to the questions directed to the participants, an attempt has been made to search for the answer to what can be done about this topic.

As a result of the studies carried out, many cultural and tourism varieties which Kastamonu was hosted were observed. The diversity and intact nature of these features have been influential in the formation of this work.

Key words: Sustainability, Development, Sustainable Development, Sustainable Tourism, Sustainable Tourism Development.

1.GİRİŞ

Varlığın bütünlüğünü kuşatan doğa ve çevre, insanla karşılıklı etkileşim içinde olmuştur. Bu etkileşim dolayısıyla, doğa ve insan değişime uğramaktadır. Önceki zamanlarda çevre kültürel ve sosyal

değişimlerden etkilenmekteydi. Geçen zamanda teknolojinin ilerlemesi ve etki etmesiyle sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma anlayışı farklı boyutlar kazanmıştır(Özmehmet,2008:1).

Dünya sanayi devriminin yaşanması ile değişiklikler yaşamıştır. Gelişen teknolojinin yanı sıra nüfusun artması kaynakların daha fazla kullanılmasını etkilemiştir. Nüfusun artması ile birlikte insanların tüketim ihtiyacı artmış, bu ihtiyaçları karşılamak için sınırsız olarak görülen doğaya zarar vermiştir. Ekonomik, sosyal, teknolojik vb. alanlardaki kalkınma çabalarının çevreye verdiği zararda göz ardı edilmiştir(Tıraş, 2012: 58).

Günümüzde birçok ülkenin temel sorunu, mevcut olan kıt kaynaklar ve finansman kaynakları ile var olan nüfusa yaşam ortamı oluşturmaktır. Ülkeler maksimum refaha ulaşmak için tüm ekonomik modellerin girdisi olan doğal kaynakların kullanım sınırı olduğu bu sınırın aşılması halinde sonuçlarının telafisi olmayacağı konusunda yeterince üzerine düşmemişlerdir(Kaya,1997:1)

Doğal kaynakların sorumsuz ve dengesiz bir şekilde tüketilmesi ve çevresel kirlenmeler aşırı derecede artarak insan sağlığına zararlı hale gelmiştir. Son araştırmalar çevrenin son 40 yılda daha çok bozulmaya uğradığını açıkça göz önüne sermektedir Genellikle bu bozulma az gelişmiş ülkelerde meydana gelmektedir. Çünkü yaşam standartlarını yükseltme ve refaha erme arzusu kıt olan doğal kaynakların tükenme derecesine gelmesine sebep olmaktadır.

Günümüzde, her platformda sürdürülebilirlik kavramı tartışılmaktadır(Özmehmet,2008:1).

Bu kavram ile birlikte çevresel, ekonomik, sosyo kültürel ve teknolojik yaklaşımlar beraberinde gelmektedir(Gündüz, 2004: 59).

Sürdürülebilir kavramı ekonomik, turizm, tarım, sanayi, şehirleşme, enerji kaynakları, su kaynakları ve kirlilikle ilgili sorunları da ele alarak bu konularda hassasiyet göstermelidir(Özmehmet, 2008: 11).

Turizm sektörü doğadan ve kültürel kaynaklardan yararlanarak bunları kendi yararına kullanan bir yapısı bulunmaktadır. Bu sebeple sürdürülebilir kalkınma açısından büyük önem arz etmektedir(Çakılıoğlu, 2013: 27).

İnsanlar ve turistler çevre ve doğanın bozulmamış ve tahrip olmamasını ümit etmektedirler. Fakat nüfus artışı ile birlikte artan tüketim ihtiyacını karşılamak için mal ve hizmet üreten işletmeler çevreye verdikleri zarar önemli düzeylerde. Tahrip olan bir doğa, tarihi ve doğal değerleri zarar görmüş bir yeri turistler ziyaret etmeyecektir(Yavuz; Zığındere,2004:323).

Kastamonu da bozulmamış doğası ve birçok turizm çeşidi ile ilgi uyandırmakta ve göz doldurmaktadır. Doğasının bozulmamasında insanların burayı geç keşfi etkili olmakla birlikte şehrin bu zamana kadar bu yapısını korumasında olumlu bir etki yaratmıştır. Şehrin önemli oranda ormanlarla kaplı olması sürdürülebilir kalkınmada önemli yer teşkil etmektedir. Doğanın tahrip edilmemiş olması turizmde çeşitliliği artırarak kişilerin buraya olan ilgisini artırmakta ve merak uyandırmaktadır. Bu da şehrin kalkınmasını ve aynı zamanda ülke ekonomisine de katkıda bulunmasına olanak sağlamaktadır.

2.LİTERATÜR TARAMASI

2.1 Sürdürülebilir Kalkınma

2.1.1 Sürdürülebilirlik Kavramı

Son yıllarda sürdürülebilirlik tüm alanlarda etkisini gösteren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan yaşamının bir parçası olan bu kavram gerekli olmakla birlikte her alanda sürdürülebilirlik olgusu söz konusudur. Bu kavram her toplumda farklı boyutta olmakla beraber hepsinde ortak olan nokta dünyanın geleceğini korumak ve hangi alanda gerçekleştirilecekse o alanda kaynaklarının korunmasını hedeflemektedir(Beyhan, Ünügör,2005:79; Demirel,2010:18).

WCED (World Commission on Environment and Development)'in tanımına göre "sürdürülebilir kalkınma; bugünkü nesiller ile gelecek nesillerin imkanlarını tehlikeye atmaksızın kendi ihtiyaçlarını

karşılmasını mümkün kılan bir kalkınma modelidir” (Despotakis ve diğerleri, 1987; Gündüz, 2004: 58).

Sürdürülebilirlik, yaşam kalitesinde herhangi bir değişiklik olmadan insanların fikirlerinde meydana gelebilecek bir değişimdir. Bu değişikliğin temelinde tüketim içerisinde olan bir toplum olmaktan çıkıp gelecek için sorumluluklarının farkında olan dayanışma içerisinde sorunlara çözüm üreten bir toplum hedeflemektedir(Özmehmet,2008:3).

Ekonomik Sürdürülebilirlik: Ekonomik sürdürülebilirlik, sermaye stokunun sabit tutularak veya artırılarak gelirin artırılması şeklinde tanımlanabilir. Bu tanımda iki konuya dikkat çekilmektedir: ilki, gelir yükseltilecek, ikincisi sermaye stoku ya sabit tutulacak, ya da artırılabilecektir. Bir başka ifadeyle, ekonomik etkinliklerden beklenen, her şeyden önce bireysel ve toplumsal gereksinimleri etkin ve verimli bir biçimde karşılamasıdır (Bal, 2012: 10).

Ekolojik Sürdürülebilirlik: Ekoloji alt habitatların sürdürülebilirlik kanunlarını araştırırken, çevresel ekonomi aracılığıyla da tüm sistemlerin dışındaki çerçeveye daha yakından eğilmektedir. Örneğin, bu çerçeveden bakıldığında çevre, sadece ekonomik gelişmenin kaynağı olan üretim kaynağı veya doğal kaynak olmak itibarıyla kaynak kullanımı ve ikamesi değerlendirmeleri içinde yer almaktan ziyade bizim yaşamamıza izin veren genel çerçeve olarak önem taşımaktadır. Bu yüzden örneğin, temiz havanın ikamesi yoktur. Ayrıca su kaynakları sadece bir ekonomik kaynak hatta sadece yaşam şartlarından biri de değildir. Birçok alt sistem ve diğer canlı sistemleri ile ilgilidir. Ayrıca genel olarak doğa ve çevre diğer insani değerlerle ilişkili olduğu için, sosyal bilimlere bu konuda söz hakkı doğurur (Tutulmaz, 2011: 16).

Sosyal Sürdürülebilirlik: Sosyolojik yaklaşım sosyal eylem ve yapıyı, mevcut sürdürülemez faaliyetlerin açıklanması çabalarının merkezine koymaktadır. Bu yaklaşımı savunanlar dünyanın sınırlı kaynaklarının kullanılmasının sosyal eşitsizlik yaratan ekonomik sistemleri ortaya çıkardığını ileri sürmektedirler. Merkezi ve çevresel bölgeler, ekosistem ve insanlar, zengin ve fakir, şimdiki ve gelecekteki nesiller arasındaki ilişkiye yönelik yeni bir sistemin oluşturulmasını desteklemektedir (Batı, 2013: 16).

Kültürel Sürdürülebilirlik: Kültürel değerlerin sürdürülebilmesi için koruma politikalarının geliştirilmesini korumanın yanında kullanımının da sağlanması ve çağdaş koşulların kültürel değişime de tabi tutulacağı göz önünde bulundurularak doğru ilke ve stratejilerin oluşturulmasıdır (Beyhan, 2004: 16).

2.1.2 Kalkınma Kavramı

Ekonomide ki büyüme, yaşam standartlarının daha iyi olması olarak tanımlanabilir(Çakıcıoğlu, 2013: 27). Kalkınma kavramı yapısal değişiklikler içermektedir. Ülke ekonomisi, nüfus, işgücü, toprak vb. alanlarda gerçekleşen artışlara büyüme denilirken, tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin paylarının değişmesi bu sektörlerdeki iş gücü dağılımındaki farklılıklar kalkınma kavramı ile açıklanmaktadır(Kaya,1997:1). Kalkınma kavramı üretimdeki ve kişi başına düşen gelir artışı şeklinde düşünülmemelidir. Bu kavram toplumda gerekli olan sosyal, kültürel ve ekonomik yapının da değişimini içermelidir (Han ve Kaya 2008; Çakıcıoğlu, 2013: 28).

2.1.3 Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı

1987 yılında, Birleşmiş Milletlerin, Brundtland Raporu kapsamında, Çevre ve Kalkınma Komisyonu raporunda kavramın tanımı, ekonomik hayatla evrenin uyumlu bütünleşmesi olarak özetleniyor. Brundtland raporuna göre sürdürülebilir kalkınmanın tanımı "günümüz ihtiyaçlarının, gelecek kuşakların ihtiyaçlarını göz önünde bulundurularak karşılanabilmesi sürecidir"(Gönel, 2002: 1).

SK' nın çevresel boyutu gelecek kuşaklarla şimdiki kuşaklar arasında bir bağ kurulmasında önemli olmaktadır. Doğaya verilen zarar ile çevrenin kendini yenilemesine izin verilmemektedir. Dolayısıyla doğanın yok olmasına sebep olarak gelecek kuşakların yaşama hakları elinden alınmaktadır (Tıraş, 2012: 61).

Sürdürülebilir Kalkınma Kavramının Ortaya Çıkmasına Etki Eden Faktörler

- Kaynakların Tahribi Nüfus Artışı
- Azgelişmişlik, Yetersiz Sermaye Birikimi ve Tasarruf Yetersizliği
- Teknoloji
- Örgütlenme
- Çevre ve Ekonomi Arasındaki Sürtüşme

2.2 Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilir turizm; turizm olayını oluşturan faktörlerin ve varlıkların kalite ve miktarını kaybetmeden devamlılığının sağlanması anlamındadır. Turizm hareketleri; çevresel, jeolojik ve estetik problemleri beraberinde getirerek; gerekli önlemler alınmadığında doğal süreçler ile sürdürülebilirlik olanaklarını ortadan kaldırmaktadır. Çevreye olan duyarlılığın artması turizmin de başlıca çevre sorunu olarak görülmesine neden olmuştur (Urry,1999,Gündüz; 2004. 60). Sürdürülebilir turizmin teknik, mantıksal ve bilimsel anlamda ele alınması turistlerin, turistik yörenin nüfusunun ve toplumların gelişmesi için ahlak ilkelerinin ortaya konmasına yardımcı olmaktadır. Ayrıca, turizmin doğal çevre elemanlarına olan bağımlılığı turizm endüstrisinin dikkatli bir biçimde planlanmasını ve yönetimini gerektirmektedir. Turistik ürünü çevresel unsurlara dayandırarak yeşil ögeyi ön planda tutan özel sektör girişimcileri sürdürülebilir turizmden kazanç sağlayabilmektedir(Demirel, 2010: 31).

Turizm, gidilecek hedefe gelir ve istihdam sağlayabilir fakat o bölgeye hem olumlu hem de olumsuz etki edebilir(UNED-UK, 1999). Turizmin doğal çevreye ve kültürel yapıya olumsuz etkilerinin en aza indirilebilmesi ve sorunlara tam bir çözüm getirebilmek için; sürdürülebilir kalkınma hedefleri, sürdürülebilir kalkınma stratejisinin temel ilkeleri, sürdürülebilir kalkınma stratejileri, sürdürülebilir turizm politikaları, toplumun bilinçlendirilmesi ve eğitimi, hukuksal düzenlemeler, çevre yönetimi ve planlama eylemleri konuları ele alınmalıdır(Gündüz; 2004: 61).

Sürdürülebilir turizmi gerçekleştirebilmenin temel şartı turistik arz değerlere sahip bölgelerin taşıma kapasitelerinin sağlıklı bir şekilde belirlenmesidir. Burada amaç bu bölge veya yörelerde yerli ve yabancı turistlerin almış oldukları hizmet kalitesinde herhangi bir düşüş olmadan, doğal tarihi ve sosyo-kültürel çevre zarar görmemektedir. Bu da ancak sürdürülebilir turizm planlamasıyla mümkündür. Burada amaç turizm talebi ile arzı arasında bir denge sağlamaktır (Eser, 2011: 50).

2.2.1 Sürdürülebilir Turizm Kalkınması

Sürdürülebilirlik, herhangi bir sistemin işleyişini sürekli bir şekilde ve aşırı kullanımla bozmadan ya da sistemin ana kaynaklarına aşırı yüklenmeden sürdürebilmesidir. Kentler; insanların yerleşme, barınma, çalışma, dinlenme, eğlenme ve özellikle kültürel gereksinmelerini karşıladığı ve sürekli toplumsal gelişme içinde bulunduğu mekânlardır. Kentlerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için kentlere özgü niteliklerin devamlı olması gerekmektedir. Günümüzde sürdürülebilirlik kavramı, dünyada pek çok farklı çalışma alanlarına konu olmuştur. Alanlar farklı olsa da ortak olan kaynakların korunması ve gelecek kaygısıdır. Bu bağlamda sürdürülebilirlik, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme eylemidir (Kocaboyun, 2009: 35-36).

Sürdürülebilirlik kavramının ana faktöründe insan ve çevre yer almaktadır. İnsan ihtiyaçlarının karşılanabilmesi çevreye bağlı olduğundan, insan-çevre ilişkisini inceleyen tüm alanlar sürdürülebilirlik ilkesine göre hareket etmeleri gerekmektedir. Günümüzde tarih, coğrafya, sosyoloji, siyasal bilimler, felsefe, arkeoloji, antropoloji, biyoloji, tıp, ekonomi, finans, turizm gibi birçok bilim alanında, sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda çalışmaların arttığı görülmektedir(Kurter ve Ünal; 2009: 146-156).

Sürdürülebilir kalkınmanın temelini kaynakların korunması ve bunların geliştirilmesi oluşturmaktadır. Turizm; doğayı, çevreyi ve kültürel kaynakları doğrudan kullanan bir sektördür. Bu bakımdan turizm sektörü sürdürülebilir kalkınma için önemli bir noktadadır. Zarara uğramış bir çevre ile turizm kalkınması söz konusu olamazken turizmden ekonomik anlamda yararlanmak zor olacaktır. Bu bakımdan sorulacak soru turizm ile nasıl bir kalkınma olacaktır. Bu sorunun cevabı, turizmin

gelişmesini ve kaynaklarında korunmasını sağlayacaktır. Turizmle ilgili yapılan plan ve projelerde çevre ve doğal kaynakların kullanımı ve korunması göz ardı edilmektedir. Bu nedenle turizm sektöründe çevresel ve doğal kaynakların sürekliliğini sağlayabilecek modellere ihtiyaç duyulmaktadır.

Türkiye Turizm Stratejisi 2023 kapsamında Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013, turizm endüstrisinde yaşanan sorunları, çevresel değerleri korumaya yönelik planlamaları uygulamaya yöneliktir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan çalışmanın temelinde, turizm sektöründe yapılan planlamaların sürdürülebilir turizm yaklaşımı çerçevesinde gerçekleştirilmesine dayanmaktadır. Buna yönelik belirlenen temel ilkeler ise var olan turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik perspektifi içinde yeniden ele alınarak planlanması ve yöreye özgü farklı turizm türlerinin birbirine uyumunun sağlanarak alternatif turizm odaklı turizm kentlerinin oluşturulmasıdır (Altunbaşı, 2004:103-118).

2.2.2 Sürdürülebilir Turizm Kalkınmasının Amaçları

Sürdürülebilir turizm kalkınmasının amaçları belirlenirken, farklı birey ve grupların, çeşitli işletme ve kuruluşların, hükümet organlarının beklentilerinin karşılanması ve o yörenin turistik değer ve turistik ürünlerinin de zarar görememesine de dikkat edilmelidir. Sürdürülebilir turizm kalkınmasının çevresel ve sosyal bakımından uyumlu olmasının yanı sıra yerel bölgesel ve ulusal plan ve politikalarla da uyumu olması gerekmektedir.

Tablo-1 Sürdürülebilir Turizmin On iki Hedefi

1- Ekonomik Süreklilik	Turizm hedeflerinin ve işletmelerinin uzun vadede fayda sağlamaya ve büyümeye devam etmesi için sürekliliklerini ve rekabetçiliklerini sağlamak.
2- Yerel Ferah	Ziyaretçilerin yerel harcama oranını arttırmak, turizmin varılacak yere katkısını en üst düzeye çıkarmak.
3- İstihdam Kalitesi	İrk, cinsiyet, engellilik gibi konularda eşit bir şekilde, ücret ve hizmet kalitesinin artırılarak turizm tarafından oluşturulan yerel istihdamın sayısını ve kalitesini arttırmak.
4- Sosyal Eşitlik	Yoksullara tanınan fırsat, gelir ve hizmetlerin iyileştirilmesi ve turizmden elde edilen ekonomik ve sosyal faydanın eşit bir şekilde dağılımını takip etmek.
5- Ziyaretçi Memnuniyeti	İrk, cinsiyet, engellilik gibi konularda eşit bir şekilde, ziyaretçilere güvenli ve tatmin edici bir ortam sunmak.

6- Yerel Kontrol	Turizmin gelişmesi konusunda yerel yönetimleri süreçlere dahil etmek, yetkilerini arttırmak.
7- Toplumsal Refah	Sosyal bozulmalara neden olmadan sosyal yapı ve kaynaklara ulaşarak yerel halkın yaşam kalitesini korumak, iyileştirmek.
8- Kültürel Zenginlik	Yerel toplumlara özgü kültür, gelenek ve tarihi mirasa saygı duyarak güçlendirmek.
9- Fiziki Bütünlük	Kentsel ve kırsal alanların kalitesini korumak, güçlendirmek ve çevrenin fiziki ve görsel bakımdan bozulmasını engellemek.
10- Biyolojik Çeşitlilik	Doğal alanların ve yaban hayatın korunmasını destekleyerek olası tehlikelere karşı önlemler almak.
11- Kaynak Verimliliği	Turizm işletmelerinde sınırlı ve yenilenemeyen kaynakların
12- Çevresel Sağlık	Turizm işletmelerinden ve ziyaretçilerden kaynaklanan hava, su ve kara kirliliğini ve atık üretimini en aza indirmek.

Kaynak: Çakıcıoğlu; 2013: 31.

2.2.3 Turizmde Sürdürülebilir Kalkınmayı Gerektiren Nedenler

2.2.3.1 Turizm ve Çevre İlişkileri

Çevresel olarak sürdürülebilir bir sistem, kaynak temelini sabit tutmalı, yenilenebilir kaynak sistemlerinin ya da çevresel yatırım fonksiyonlarının istismarından kaçınılmalı ve yenilemeyen kaynaklardan yalnızca yatırımlarla yerine yeterince konulmuş olanları tüketmelidir. Bu süreç, ekonomik kaynak olarak sınıflandırılmayan, biyolojik çeşitlilik, atmosferik denge ve diğer ekosistem işlevlerinin korunmasını da içermelidir(Harris; 2003: 6).

2.2.3.2 Turizm Sosyo Kültürel Etkileri

İnsan odaklıdır. Sosyal olarak sürdürülebilir bir sistem, eğitim ve sağlık gibi sosyal hizmetlerin yeterliliği ve eşit dağılımı, cinsiyet eşitliği, politik sorumluluk ve katılımı sağlayabilen sistemdir(Tıraş; 201: 61).

2.2.3.3 Turizmin Ekonomik Etkileri

Kıt olan kaynakların kullanımı ile ilgilidir. Ekonomik olarak sürdürülebilir bir sistem, mal ve hizmetleri devamlılık esaslarına göre üretebilen, tarımsal ve endüstriyel üretime zarar veren sektörel dengesizliklerden sakınan, iç ve dış borçların yönetebilir düzeyde sürdürülebilirliğini sağlayan sistemdir(Tıraş; 2012: 61).

3. YÖNTEM

Araştırmada literatür tarama tekniği ve nitel veri toplama aracı olan görüşme yöntemi uygulanmıştır. Litaratür tarama tekniğinde Türkçe birincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Görüşme tekniğinde ise üniversite akademik personeli ve kamu kurumundan toplam on iki kişi ile görüşme sağlanmıştır. Görüşme yapılan kişilerden dokuzu akademik personel geriye kalan üç kişi ise kamu kurumunda çalışmaktadır. Cinsiyet özelliklerine göre ayırt edecek olursak iki kadın dokuz erkek katılımcı ile görüşmeler gerçekleşmiştir. Elde edilen bilgiler ve görüşme sonuçları araştırmacının hiçbir etkisi olmaksızın betimsel olarak yansıtılmıştır. Çalışmada yapılan görüşme ve görüşmecilerden elde edilen cevaplardan kapsamlı olanlara yer verilmiştir.

4.BULGULAR

Yapılan görüşmeler sonucunda katılımcılara sorulan sorulardan aşağıdaki bilgilere ulaşılmıştır.

Kastamonu'da sürdürülebilir kalkınma konusunda yapılan çalışmalar var mıdır? Varsa yeterli midir? Bu konu hakkındaki görüşleriniz nedir?

-Belediyenin yapmış olduğu çalışmalardan bir tanesi konakların sürdürülebilirlik kapsamında kullanılabilir ve uygun hale gelmesinde çalışmalar yürütmektedir. Yakup Ağa'dan Şeyh Şaban-ı Veli'ye giden yolda eski yapı bir konak bulunmaktadır. Bu konak uzun bir süre atıl olarak kaldıktan sonra Belediye tarafından yenilemelerinin gerçekleştirerek konak otel şekline dönüştürülmektedir. Bu sayede bu konak turizme kazandırılarak sürdürülebilirliği sağlanmaktadır. Doğa da sürdürülebilirliği sağlamak için çevrede bulunan canlılara zarar vermeden insanların tatilini rahat geçirebileceği bir ortam sağlamak gerekmektedir. Sürdürülebilirlikte en önemli olgu çevreye zarar vermemektir.(K1)

-Kastamonu da sürdürülebilirlik anlayışı benimsenmelidir(K2)

-Kastamonu da sürdürülebilirlik alanında yapılan çalışmaların çok fazla duyurulmadığı görülmüştür. Bu konuda bilgi yetersizliği bulunmaktadır.(K3)

-Bu anlamda bilimsel çalışmalar yapılmakla birlikte uygulamaya dönük çalışmalar değildir.(K5)

-Bu konuda pek fazla bir şey yapıldığını düşünmemekle birlikte alınan bir takım önlemler de bulunmaktadır. Özendirici uygulamalar bulunmaktadır. Bölge ajanslarının kurulması buna örnek verilebilir.(K6)

- Sanayi alanında ki kalkınmanın gelişmediği görülmektedir. Madencilik sektörü de Kastamonu da kalkınma aracı olarak kullanılabilir. Turizm de aynı şekilde bir diğer kalkınma aracı olarak kullanılmalıdır. Kastamonu inanç turizmi kapsamında gelişen bir yapıya sahiptir.(K9)

-Kuzka olarak şu anda bu konuda teori aşamasında bulunmaktayız. (K10)

-Kastamonu diğer gelişmekte olan ülkelerin genel özelliklerini sergilemektedir. Bu nedene istihdam ve gelir yaratma konularına odaklanılmaktadır. Bundan ötürü çevresel ve sosyal etkilerini görmezden gelerek büyümeye çalışılmaktadır. Gelir adaletsizliği gibi konularda müdahalede bulunulmamaktadır. Eko turizm alanlarında da sıkıntılar yaşanmaktadır. Konakların yapılandırma çalışmalarına gidilerek tekrar etkin hale getirilmesi olumlu yanlarındandır. Kitlese turizm alanında yapılan çalışmalar da yetersiz olmaktadır. Endüstriyel işletmelerde de sürdürülebilirlik hususunda atık yönetimi sorunu bulunmaktadır. Bu husus turizm konusunu da direk olarak ilgilendirmektedir.(K11)

-Tarım ve Orman Bakanlıklarının yöre ile ilgili çalışmaları vardır. Kestane balı üretimi için kestane ormanı üretme gibi çalışmalar bulunmaktadır. Bunlar bölgenin coğrafi özelliklerine bağlı olmaktadır. Bölgede tarımla ilgili faaliyetler de halk sarımsak ekim dikimi ile uğraşmaktadır. Bu üründen başka bir ürün yetiştirmek konusunda uyum sağlanamayacağı düşünülüyor. İnsanlar da ürün odaklılık vardır. Bir bölgede kalkınmayı sağlamak için ya çok ürün üreteceksiniz ya ucuza mal edeceksiniz ya da katma değerli ürün üreteceksiniz. Sürdürülebilir kalkınma üründen ziyade sosyal şartlarla da ilgili olmaktadır.(K12)

Kastamonu’da sürdürülebilir kalkınma kapsamında turizm ile ilgili ne gibi çalışmalar mevcuttur? Bu anlamda yapılan Sizce ideal bir sürdürülebilir kalkınma nasıl olmalıdır? Etkin sürdürülebilir kalkınma politikaları konusunda kalıcı adımlar atılabiliyor mu? Bu anlamda diğer kuruluşlara ve hükümetlere düşen görevler nelerdir?

-Yapılan politikalar yeterli olmamakla birlikte kalıcı değildir. Tüm kurum kuruluşların bu konuda birlik ve beraberlik içerisinde olmaları gerekmektedir. Hükümet önderliğinde sivil toplum kuruluşları, belediyeler, üniversiteler, vakıflar, dernekler bir araya gelerek kaynaklara hep bir elden sahip çıkılmalıdır. Kaynaklara sahip çıkılmadığında uygulanacak politika ve planlar gereksiz kalacaktır.(K1)

-Yapılan çalışmalar yeterli olmamakla birlikte daha kararlı bir tavır sergilenmelidir. Kanunlara uyulmamakta, işletmelerde, kamu çalışanlarında ve halkta bilinç söz konusu değildir.(K2)

-Ekonominin ve turizmin canlanması için yeni yönetmelikler oluşturulabilir.(K3)

-Kastamonu Ermişler diyarı olarak adlandırılarak bu yönü ile ön plana çıkarılmaya çalışılıyor. Fakat bu konuda da tanıtım yetersizliği bulunmaktadır. Kış turizmi bakımından yeterli ilgi gösterilmemektedir.(K4)

-Konakların tekrar işlev kazandırılması turizme katkıda bulunmaktadır.(K7)

-Turizm fakültesi olarak 02-04 Kasım tarihleri arasında yapılacak olan 1. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Konferansı yapılacaktır. Burada yapılacak öneriler Kastamonu’ya katkı sağlayacaktır. Teorik çalışmalar mevcut fakat uygulamada sıkıntılar bulunmaktadır. (K8)

-Devam den bir AB projesi bulunmaktadır. Bu proje eko turizmin ilkelerini belirleme hususundadır. Orman bölge Müdürlüğü’nün Ab ile birlikte yürüttüğü bir eko turizm çalışması mevcuttur.(K10)

-Azdavay merkez de yapılan eko turizm işletmelerinde rekabetçilik artırılmasına yönelik tanıtım ve ortak bir rezervasyon ortamının oluşturulması söz konusudur. Yürüyüş ve bisiklet yolları ile ilgili yapılan girişimler olumlu olmaktadır. Ilgaz Tüneli turizm açısından etkili olacaktır. Fakat bunun ne kadar sürdürülebilir olduğu Kastamonu içerisinde insanları nasıl hareket ettirebileceğimize bağlı olacaktır. İnsanları araba ile Kastamonu’ya getirip tekrar araba ile gezdirmek sürdürülebilirliğe olumsuz etki edecektir. Farklı ulaşım seçenekleri ile bunu çeşitlendirmek gerekmektedir. Kuzka’nın yapmış olduğu bütünleşik turizm projesi bulunmaktadır. Burada sürdürülebilirlik önemli bir husustur. Kastamonu’da ortak bir algı bulunmamaktadır. Kurum ve kuruluşlar kendilerini tanıtmaktadırlar. Fakat pazarlanması gereken Kastamonu’dur. Kurumlar farklı içeriklerle tanıtımlar yapmaktadırlar. Bu projede bunları koordine ederek bir ortak algı oluşturmak söz konusudur. (K11)

-Kuzka’nın bütünleşik turizm projesi bulunmaktadır. Turizm pazarlamasındaki kişilerin turizmle ilgili bilgileri bulunmamaktadır. Bölgenin imajı ve pazarlaması düşünülen turizm faaliyeti uyumluysa bölge gelişiyor. Bu bağlamda öncelikler Kastamonu için bir imaj çalışması yapılmalı ve herkes buna sahip çıkmalıdır.(K12)

Sizce Kastamonu’da bu alandaki çalışmaları yeterli mi? Ne gibi eksiklikler var? Bunları gidermek anlamında önerileriniz nedir?

-Kastamonu da aynı biçimde problemler yaşanmaktadır.(K1)

-Yeterli değildir. Uygulama aşamasında tikanlıklar yaşanmaktadır. Yasa ve yönetmelikler revize edilip biraz daha önü açılarak ve iyileştirilerek uygulama aşamasındaki bu sorunlar çözümlenebilir.(K3)

-Sektörler alanında ve konusunda uzman olan kişi ve kişiler tarafından yönetilmelidir. Bu uzman kişiler ile birlikte kısa, orta ve uzun dönemde planlamalar yapılmalıdır.(K4)

-Şu andaki mevcut yasaların yaptırımları vardır. Örneğin ÇED raporlarının hazırlanması gerekiyor. Fakat bu ÇET raporları birbirine benzemektedir. Bu raporların yerine Stratejik ÇED denilen raporlamaya geçilmesi gerekmektedir. Bu stratejik Çed bölgelerin yapılarını planlayarak hangi alan neye uygunsu ona göre konumlandırma yapılmasını içerir.(K5)

-Ekonomik kaygılarla değil çevresel, politik ve kültürel unsurları da içermelidir.(K6)

-Politikalar yapılacak olan planlarda değişkenlik gösterir. Bu bağlamda her dönem değişik sektörlere yapılan teşvikler bulunmaktadır. Fakat bunlar sürdürülebilir kılınmazsa yapılan teşvikler boşa çıkacaktır. Kalkınma modellerinin en küçükten başlayarak kabul edilmesi gerekmektedir.(K9)

-Bir kalkınma hedefinin olması ve buna uygun çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bu konuda da kurum ve kuruluşların bir amacın etrafında toplanmaları gerekir. Kastamonu'da bu konu ile ilgili herhangi bir birlik şu an söz konusu değildir. (K10)

-Ekonomik sürdürülebilirlik açısından kalıcı adımlar atılmaktadır. Ulaştırma yatırımları ekonomik sürdürülebilirlik için kalıcı adımlardır. Sosyal sürdürülebilirlik açısından kalıcı adımlar atılmamaktadır. Sorunu çözmekten çok sorunun kötü yanlarını azaltmak adına bir çaba söz konusudur. Çevresel anlamda orman varlığını düşünecek olursak eko turizm anlamında gelişmeler kalıcı olmaktadır. En büyük eksikliğimiz kaynak veya vizyon eksikliği değil koordinasyon eksikliği olmaktadır.(K11)

-Kalkınmayla ilgili en önemli mesele insanın kaynağı ile ilgilidir. Kalkınma kavramı sosyal bir olgu olup en uçtan başlamalıdır.(K12)

Kastamonu'nun sürdürülebilir kalkınma konusunda turizm anlamında hedefleri nelerdir? Şu ana kadar bu hedefler gerçekleştirildi mi?

-Belediyenin konak yenileme çalışmaları ve üniversite olarak çekicilikleri ortaya çıkarma konusunda turizm fakültesinin kitap çalışması bulunmaktadır. Kitap içerisinde Kastamonu efsaneleri, Kastamonu festivalleri, Kastamonu yöresel yemekleri, Kastamonu'da dini tören ve ritüeller gibi yitirilmiş kaybolmaya yüz tutmuş değerleri ortaya çıkarmayı hedeflemiştir.(K1)

-Konakların restorasyonu gerçekleştiriliyor fakat bu konuda yine yönetmeliklerle ilgili sıkıntılar çıkmaktadır. Bu konuda turizm fakültesi ve siyasi bilimler fakültesi beraber çalışma yürüterek bu konudaki sıkıntıları giderebilirler. (K3)

-Tarihi alanların korunmaya alınarak restorasyon çalışmaları yapılmaktadır. Fakat Kastamonu'yu ziyaret eden turistlerin turizm etkinliğinin nereden başlayıp nerede biteceği bilinmemektedir. Turizm faaliyetlerinden hangisinin yapılacağı ya da bütünleşik bir turizm faaliyetinde mi bulunulacak karar verilmelidir.(K9)

-Özellikle turizm alanında farklı çalışmalar olduğunu görebilmekteyiz. Fakat bunun çıktılarına baktığımızda belli bir yol alınmadığı görülmektedir. Kastamonu'da doğa tabanlı aktiviteler, kış turizmi, tarih ve kültür gibi faaliyetler mevcuttur. İmaj çalışmaları yapılarak tanıtım faaliyetlerinin yapılması gerekmektedir.(K10)

-Konaklama kapasitesi ile toplam turist sayısında artış görülmektedir. Fakat geceleme sayısında problemler bulunmaktadır.(K11)

-Turizmle ilgili tüm hedefler sayısal olmaktan ibarettir.(K12)

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizmin çevreyle olan etkileşimden dolayı bu sektörde “sürdürülebilirlik daha fazla önem arz etmektedir. Dünyada her sene milyonlarca kişi seyahat etmektedir. Seyahat eden bu kişilerin gittikleri yerde doğal, kültürel, sosyal çevreye olumlu ve olumsuz etkileri söz konusu olmaktadır. Bu etkiler zaman içerisinde değişimler yaratarak sonraki ziyaretlerin nedeni olacak çeşitlilik bozulmaktadır.

Doğal alanların tahribi, şehirleşme sürecinde yapılan hatalar, gürültü, nüfus artışı, toplumsal yozlaşma, kültürel zenginliklerin zamanla unutulması, doğanın tahrip edilmesi turizmin çevre üzerindeki başlıca olumsuz etkileridir. Turizmin vermiş olduğu bu zararlar sonucunda gelecek nesillerin bu güzelliklerden faydalanmasına engel olacak, seyahat sektöründe ki her geçen gün artan gelişimde de hasarlar meydana gelecektir.

Sürdürülebilir kalkınma kavramının toplumsal bilince yerleşebilmesi turizm ile olacaktır. Turizmde sürdürülebilirlik sayesinde kültürel ve doğal kaynakların korunacak, çevreye verilen zarar düşerek gelecek nesillerinde bu kaynaklardan yararlanmasını olanak sağlayacaktır. Türkiye'de bu kaynakların korunması hem bugünün nesli için hem de gelecek nesil için önem taşımaktadır. Bozulan bir çevreye hiçbir nesil ilgi göstermeyecektir. Gelecek nesillere bozulmuş bir çevre bırakmak sürdürülebilir turizm anlayışı ile uyuşmayacaktır.

Yapılan bu çalışmada da görülmektedir ki Kastamonu'da diğer gelişmekte olan illerin ve ülkelerin göstermiş olduğu özellikleri göstermektedir. Sürdürülebilir kalkınma konusunda Kastamonu'da herhangi bir politikanın olmadığı görülmektedir. Yapılan görüşmelerde katılımcılardan alınan cevaplardan ilde kalkınmanın tarım, hayvancılık ve genellikle turizmle olacağı bilgisine ulaşılmıştır. Turizm anlamında yapılan çalışmalar var fakat bu konu hakkında ne tür bir faaliyette bulunulacağı bilinmemektedir. Bu bağlamda Kuzka'nın yapmış olduğu Bütünleşik Turizm çalışması hayata geçirilmeye çalışılmaktadır. Kastamonu'da var olan vizyon ve misyon eksikliğinin giderilmeye çalışılarak kalkınmanın turizm ile olacağı varsayılmaktadır. Bu projede var olan koordinasyon eksiliği giderilerek her kurumun ortak bir noktada buluşması sağlanacaktır.

Sürdürülebilir kalkınma da turizm ile ilgili yapılabilecek çalışmalara öneriler şu şekilde olabilir:

- Kastamonu'da öncelikli olarak vizyon ve imaj çalışmaları yapılmalıdır. Bu çalışmalar neticesinde halkın bu konuda bilinçlenmesi ve o vizyona sahip çıkması sağlanmalıdır.
- Turizm ile kalkınma sağlanacaksa turizm pazarlaması konusundaki eksiklikler giderilmelidir.
- Eko turizm ve kırsal turizm çalışmaları yapılabilir. Eko turizm de insanlar ilin doğal ve endemik yapısı düşünüldüğünde doğal yaşamı izleme ve gözleme gibi faaliyetlerinde bulunabilir. Kırsal turizmle ise halkın bu etkinliklerde rol alarak sahiplenmesi sağlanabilir.
- Kış turizmi için Ilgaz daha etkin bir hale getirilebilir.
- Konaklama tesislerinde standardizasyonun sağlanması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Altunbaş, D. (2004). Uluslararası Sürdürülebilir Kalkınma Ekseninde Türkiye'deki Kurumsal Değişimlere Bir Bakış. Yönetim Bilimleri Dergisi, 1 (1-2), 103-118.
- Bal, H. Ç. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma Çerçevesinde Çevre Sorunlarıyla Mücadele Aracı Olarak Kirlilik İzinleri Piyasasının Etkinliği. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara.
- Batı, O. (2013). Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Ve Yenilenebilir Enerji Kaynakları. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Uluslararası İktisat Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- Beyhan, Ş. G. (2015). Kültürel Süreklilik Ve Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm Ve Kimlik Kavramsal Modeli: Pamukkale Örneği (Doctoral dissertation, Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Çakılcıoğlu, M. (2005). Turizm Odaklı Sürdürülebilir Kalkınma İçin Bir Yöntem Önerisi. Tasarım+ Kuram Dergisi, 9(16), 27-42.
- Demirel, H. (2010). Turizmde Sürdürülebilirlik, Kültür Ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi.
- Eser, S. (2011). Sürdürülebilir Turizm ve Efes Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Gündüz, F. (2004). Çevre Ve Turizmin Sürdürülebilirliği. Planlama, Tmmob Şehir Plancıları Odası Yayını, 1.
- Harris, J. M. Sürdürülebilir Kalkınmanın Temel Prensipleri.

- Hemmati, M. (1999, April). Gender and Tourism: Women's employment and Participation in Tourism. In Summary of UNED UK's Project Report, UNED forum.
- Kaya, İ. (1997). Sürdürülebilir Turizm Kalkınması Ve Ülkemiz Açısından Bir Değerlendirme.
- Kocaboyun, H. (2009). Antalya Kaleiçi yerleşiminin doğal, kültürel ve tarihi miras olarak incelenmesi ve alanın turizm açısından sürdürülebilir kullanımı (Doctoral dissertation, SDÜ Fen Bilimleri Enstitüsü).
- Kuter, N., & Ünal, H. E. (2014). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri.
- Özmehmet, E. (2008). Dünyada Ve Türkiye Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları. Journal Of Yaşar University, 3(12), 1853-1876.
- Tutulmaz, O. (2011). Ekonomi-Çevre İlişkisi ve Sürdürülebilir Kalkınma: Ampirik Bir Değerlendirme. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Yavuz, E., & Zığındere, Ö. (2000). Sürdürülebilir Kalkınmanın Turizme Etkisi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(4), 321-336.
- Tıraş, H. H. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma Ve Çevre: Teorik Bir İnceleme. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(2), 57-73.

KAYNAK ŞAHISLAR

- K1:Hüseyin PAMUKÇU-Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Araştırma Görevlisi
- K2:Kutay OKTAY- Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Dekan Yardımcısı
- K3:Mehmet ÇETİN-Kastamonu Üniversitesi-Mühendislik Mimarlık Fakültesi Peyzaj Bölümü/Öğretim Görevlisi
- K4: Kutalmış GÖKKUŞ- Kastamonu Üniversitesi-Mühendislik Mimarlık Fakültesi Çevre Mühendisliği/Öğretim Görevlisi
- K5: Sevgi ÖZTÜRK- Kastamonu Üniversitesi-Mühendislik Mimarlık Fakültesi Peyzaj Bölümü/Öğretim Görevlisi
- K6:Aydoğan AYDOĞDU- Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Öğretim Görevlisi
- K7: Dilara Eylül KOÇ- Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Araştırma Görevlisi
- K8: Emrah YAŞARSOY-Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi/Araştırma Görevlisi
- K9: Savaş CANBULAT-Kastamonu Üniversitesi-Mühendislik Mimarlık Fakültesi Çevre Mühendisliği/Bölüm Başkanı
- K10:Halil İbrahim KIRLI-Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, Proje Yönetim Birimi/Uzman
- K11:Mustafa GÜL- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, Şehir ve Bölge Planlama/ Uzman
- K12:Osman UÇAR- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, Program Yönetim Birimi/Uzman

DADALI EKOKÖYÜ'NÜN FARKLI İLĞİ GRUPLARININ BAKIŞ AÇILARINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yrd. Doç. Dr. Yaşar Selman GÜLTEKİN
Düzce Üniversitesi, Orman Fakültesi
Orman Mühendisliği Bölümü
selmangultekin@duzce.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Pınar GÜLTEKİN
Düzce Üniversitesi, Orman Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı
pinargirti@duzce.edu.tr

Özet

Düzce ili Akçakoca ilçesi sınırları içerisinde bulunan Dadalı Köyü, Akçakoca Fındık ve Kestane Üreticileri Birliği tarafından hazırlanan "Dadalı Köyü'nün Turizm de Markalaşma ve Kalite Yönetimi" konulu proje ile Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA)'dan destek alarak Türkiye çapında model ekoköy ilan edilmiştir. Çalışma kapsamında Dadalı köyü ziyaret edilmiş, Dadalı köy muhtarı, yerel halk, alanı ziyaret eden turistler ve Düzce Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü ile sözlü görüşmeler yapılmıştır. Dadalı köyü için doğal ve kültürel özelliklerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasına ekoköy ilan edilmesinin katkısının olup olmadığı değerlendirilmiş, yerel halkın Dadalı'nın ekoköy olması ile değişen yaşam koşulları ile gündelik hayata olumlu ve olumsuz etkileri irdelenmiştir. Alanı ziyaret eden turistler ile yapılan görüşmeler sonucunda İstanbul ve Ankara gibi metropollerde yaşayan, yoğun ve stresli iş koşullarına sahip, genç ve orta yaşlı turist profilinin alana ilişkin memnuniyet düzeylerinin yüksek olduğu, ancak, özellikle Düzce Merkez İlçede yaşayan, yakın çevredeki ilçelerden gelen ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerinin düşük olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Dadalı ekoköyünün yer aldığı Akçakoca ilçesi için alan kullanım haritası oluşturulmuştur. Köyün İlçe merkezine yakınlığı, ana yola uzaklığı, arazi örtüsü, toprak özellikleri, yüzey sularına yakınlığı, turizm ve rekreasyon kaynaklarına yakınlığı saptanarak yorumlanmıştır. Köy halkının gelenekleri, alanda düzenlenen festival ve şenlikler, el sanatları ürünleri, yerel mimari özelliklerine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmada sonuç olarak, Dadalı ekoköyünün uygulama başarı düzeyinin sürdürülebilirliğe doğrudan katkısı olacağı düşüncesinden hareketle ulusal ve uluslararası düzeyde tanınan ve tercih edilen başarılı bir ekoköy olma yolundaki eksiklikleri ortaya konulmuş ve çözüm önerileri getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Düzce, Ekoturizm, Ekoköy, Sürdürülebilirlik, Kırsal Kimlik.

EVALUATION OF DADALI ECOVILLAGE FROM DIFFERENT PERSPECTIVES OF STAKEHOLDERS

Abstract

Dadalı village, which is located within the boundaries of Akçakoca District of Düzce, has been declared a Model Eco-village in Turkey with the support of Eastern Marmara Development Agency (MARKA) with the project "Dadalı Village's Tourism Branding and Quality Management" prepared by Akçakoca Hazelnut and Chestnut Growers Association. In the scope of the study, Dadalı village was visited and verbal negotiations were held with Dadalı village headmen, local people and tourists visiting the area Düzce Culture and Tourism Provincial Directorate. It was evaluated whether it contributed to the sustainability of natural and cultural features for Dadalı village, and whether the local people were Dadalı eco-village and the changing life conditions and the positive and negative effects of everyday life were examined. As a result of interviews with tourists visiting the area, it was determined that the level of satisfaction of the young and middle aged tourist profile who live in the metropolises such as İstanbul and Ankara with the intense and stressful working conditions is high but the level of satisfaction of the visitors from the nearby districts in Düzce Central District. In addition, for the Akçakoca district where the Dadalı eco-village was located, an area usage map was created. The proximity to the village center of the village, the distance to the main road, land cover, soil characteristics, proximity to surface waters, tourism and recreation sources were determined and interpreted. The traditions of the village people, festivals and festivals organized in the field, handicraft products and local architectural features were evaluated. As a result, with the thought that the level of implementation of Dadalıeco-village would be a direct contribution to

sustainability, the shortcomings of being a successful and preferred eco-village at national and international level were revealed and solution proposals were introduced.

Keywords: Düzce, Ecotourism, Eco-village, Sustainability, Rural Identity.

GİRİŞ

Ekoköyler, ekolojik, ekonomik ve sosyokültürel anlamda sürdürülebilir yerleşim modelleridir (Rosenthal, 2011; Tuğun ve Karaman, 2014; Anonim 2017a). Ekoköyler, ekolojik tasarım uygulamaları ve yeşil teknolojilerle katılımcı ve destekleyici sosyal yapıları birleştirmeyi amaçlarken, hem kırsal, hem de kentsel alanlarda, geleneksel yerleşimler, ya da yeni kurulan bilinçli topluluklar olarak karşımıza çıkarlar (Anonim, 2017a). Ekoköy felsefesinin özünde insanların doğayla iç içe yaşayabileceği bir alan ve topluluk oluşturma amacı bulunmaktadır. Bir ekoköy yerleşimi oluşturmak için kesin ve ortak bir yöntem bulunmamaktadır. Ekoköylerin kendilerine özgü kurulma hikayeleri ve yöntemleri vardır. Kuruldukları alanın coğrafi özellikleri ve kurulum amaçları doğrultusunda çeşitlilik göstermektedir. (Güleryüz, 2013).

Jackson ve Svensson (2002) tarafından belirtildiği üzere ekoköyler, sürdürülebilirliği destekleyici sosyal ve kültürel bir çevre oluşturma amacıyla var olmuşlardır. Ekolojik çevrenin onarılması ve sosyo-kültürel yapıların yeniden kurulması ihtiyaçları ekoköylerin ve permakültür çiftliklerinin oluşmasına zemin hazırlamıştır (Kara, 2014). Joseph ve Bates (2003)'e göre; *“Dünya üzerinde eskiden kalma yerel bazı yerleşimlerin kalmadığı yerlerde, ekoköyler bilinçli olarak kurulmaktadır. Bu sayede insanlar, yeniden doğa ile iç içe topluluklar oluşturarak, tüm canlıların gelecekte de sağlıklı bir şekilde varolmasını hedefleyen bir yaşam tarzı seçmektedirler”* (Adalılar, 2012).

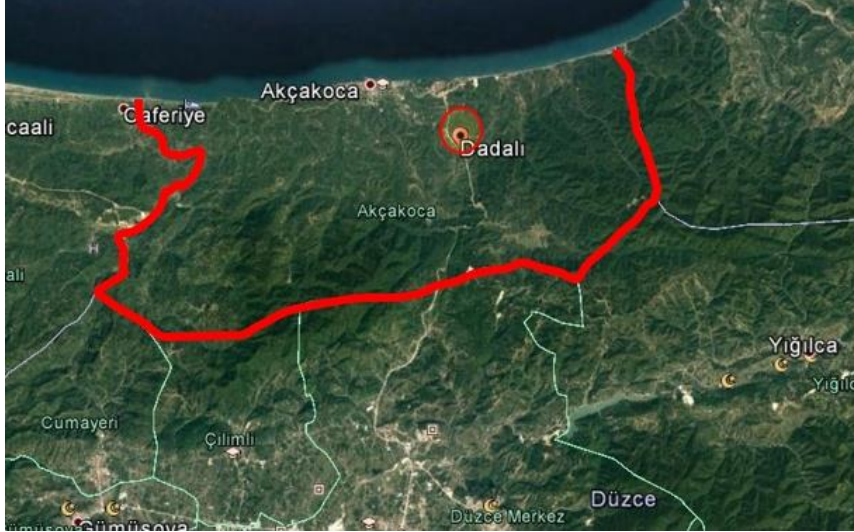
Ekoköyler genel anlamda ekolojik yaşama odaklanmış toplulukların yaşadığı yerleşimlerdir (Güleryüz, 2013). Son yıllarda özellikle yoğun stres altında büyükşehirlerde yaşayan, çevreye duyarlı insanların kitle turizmi yerine, bozulmamış bir doğa içerisinde zaman geçirerek yeni kültürler tanımayı istemeleri ile ekoköylere kent insanından talep artmaktadır.

Zeppel (2006)'ya göre; Ekoköy turizmi, sürekli yaşayan sakinleri bulunan bir ekoköyün, günlük işleriyle turizm unsurlarını birleştiren, kırsal veya yarı kırsal girişimleri olarak tanımlanmaktadır. Ekoköy turizminde köy; sürdürülebilir tarımsal faaliyetlerine ek olarak turizm faaliyetlerinden de bir gelir elde etmektedir (Adalılar, 2012). Gelen turistler ekoköy sakinleri ile etkileşimde bulunma fırsatı yakalamakta, çiftlik hayvanlarının bakımı, tarımsal ürünlerin üretimi, yetiştirilmesi vb. gündelik faaliyetlere katılırken, bölgeyi inceleme, doğa sporları yapma, çeşitli kurs ve seminerlere de katılma olanağı bulmaktadırlar.

Çalışma kapsamında, Düzce ili Akçakoca ilçesinin bir köyü olan Dadalı'nın ekoköy ilan edilmesi ile değişen yaşam koşulları ile gündelik hayata olumlu ve olumsuz etkileri irdelenmiştir. Alanı ziyaret eden turistler, yerel halk, köy muhtarı ve il müdürlüğünden yetkililer ile görüşmeler yapılmıştır. Dadalı ekoköyünün doğal ve kültürel özellikleri; arazi örtüsü, toprak özellikleri, yüzey sularına ve denize yakınlığı, turizm ve rekreasyon kaynaklarına yakınlığı, köy halkının gelenekleri, alanda düzenlenen festival ve şenlikler, el sanatları ürünleri, yöresel yemekleri, tarımsal ürünleri ve yerel mimari özelliklerine ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Dadalı ekoköyünün, ekoköylerin kurulma yöntemleri ve amaçları ile bağdaşp bağdaşmadığı değerlendirilmiş, uygulama başarı düzeyinin artırılması, sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi, ulusal ve uluslararası düzeyde tanınan ve tercih edilen başarılı bir ekoköy olabilme yolundaki eksiklikleri ortaya konulmuş ve çözüm önerileri getirilmiştir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışma alanı Düzce ili Akçakoca ilçesi sınırları içerisinde bulunan Dadalı köyü'dür (Şekil 1). Akçakoca Fındık ve Kestane Üreticileri Birliği tarafından hazırlanan “Dadalı Köyü'nün Turizm de Markalaşma ve Kalite Yönetimi” konulu proje ile Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA)'dan destek alarak Türkiye çapında model ekoköy ilan edilmiştir (Anonim 2017b).



Şekil 1. Çalışma Alanı

Çalışma kapsamında öncelikle Dadalı'nın ekoköy olma süreci ele alınmıştır. Kuruluş amacı ve yönteminin uluslararası ve ulusal düzeyde bilinen diğer ekoköyler ile benzerlik gösterip göstermediği ele alınmıştır. Bu amaçla ulusal ve uluslararası literatür taraması yapılmıştır. Dadalı'nın konumu, doğal ve kültürel özellikleri ortaya konulmuştur. Bu kapsamda; Harita Genel Komutanlığı'nın 1997 tarihli 1/25000 ölçekli topoğrafik haritalarından, Orman Genel Müdürlüğü (OGM)'nce hazırlanan ve 2008 yılında güncellenen amenajman planı harita ve raporlarından, Google Earth 2017 verilerinden, 2008 tarihli Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Tarımsal Üretim ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Uzaktan Algılama ve Tarım Arazileri Bilgi Merkezi 1:25 000 ölçekli toprak haritaları ve raporlarından, TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) 2016 yılı nüfus bilgilerinden yararlanılmıştır. Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2017 verilerinden ve Akçakoca ilçesine ilişkin yapılan bilimsel çalışmalardan yararlanılarak Dadalı köyü ve yakın çevresinde bulunan turizm ve rekreasyon kaynakları, el sanatları ürünleri, yöresel yemekler ve yöresel giysiler, festivaller, tarımsal ürünler hakkında bilgi elde edilmiştir.

Dadalı'nın ekoköy ilan edilmesinin yerel halk üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini belirlemek amacı ile köy ziyaret edilmiş köy halkından 8 kişi ile 2017 yılı haziran ayında sözlü görüşmeler yapılarak, fotoğraflar çekilmiştir. Alanı 2012-2017 yılları arasında ziyaret eden, Düzce'de ikamet eden 7, İstanbul ve Ankara'dan 6 ziyaretçiye ulaşılarak sözlü görüşmeler yapılmış ve Dadalı ekoköyünde geçirdikleri zamana ilişkin değerlendirme yapmaları istenmiştir. Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkilileri ile telefon görüşmeleri yapılarak, Dadalı'nın ekoköy ilan edilme süreci, öncesi ve sonrasına ilişkin bilgiler alınmıştır. Bu süreçte ulaşılan tüm paydaşların görüşlerine çalışma içerisinde yer verilmiş, Dadalı ekoköyünün ulusal ve uluslararası düzeyde tanınan bir ekoköy olmasının önündeki engeller belirtilmiş ve turizm sektöründe varlığını devam ettirebilmesi için çözüm önerileri getirilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle Dadalı'nın ekoköy ilan edilme sürecine değinilmiş ardından Dadalı ve yakın çevresine ilişkin doğal ve kültürel verilere yer verilmiştir. Çalışma kapsamında konu ile ilgili paydaşlar olarak belirlenen yöre halkı, ziyaretçiler, Düzce Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü yetkilileri ve köy muhtarının görüşleri belirtilmiş ve Dadalı ekoköyünden görüntüler sunulmuştur.

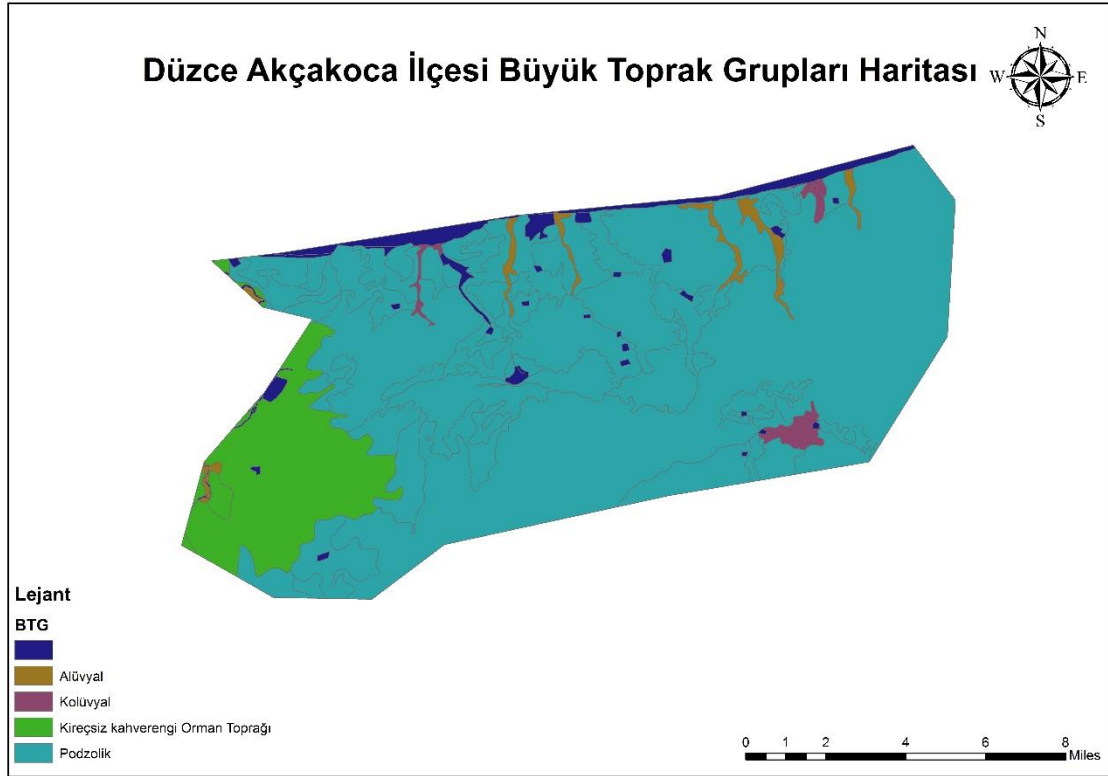
Dadalı Köyü'nün Turizm de Markalaşma ve Kalite Yönetimi' konulu proje ile Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA)'dan destek alarak Türkiye çapında model köy ilan edilmiştir. Şekil 2'de Google earth üzerinden alınan 2017 yılı temmuz ayına ilişkin Dadalı köyü yerleşim planı yer almaktadır.



Şekil 2. Dadalı Köyü Yerleşim Planı

Dadalı köyü yerleşim planı incelendiğinde Köyün Düzce- Akçakoca karayolunun hemen yanında yer aldığı, köy içerisinde çift yönlü ulaşım aksınının yer aldığı, tarım alanları, fındıklıklar ve yapraklı ormanlar ile çevrili olduğu, yaklaşık 90-100 hane olduğu görülmektedir.

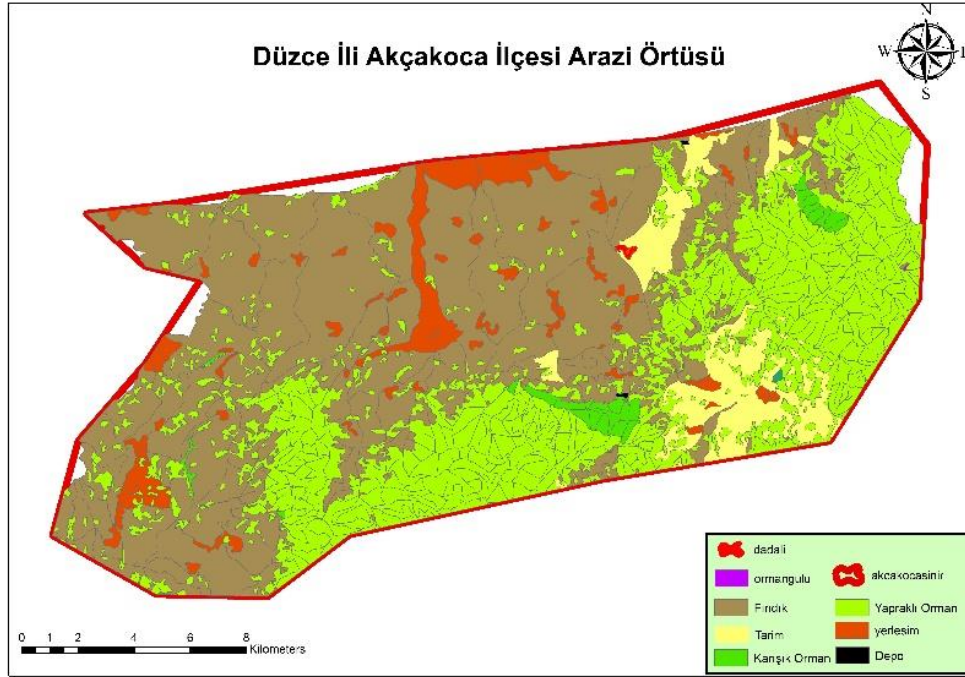
Özkul ve ark. (2013) Dadalı ekoköyünün organik tarım ve diğer tarımsal faaliyetlerin yoğun olarak yapılan bir köy olduğunu belirtmektedirler. Şekil 3'te Dadalı'nın yer aldığı Akçakoca ilçesine ilişkin Büyük toprak grupları haritası irdelenmiştir.



Şekil 3. Düzce Akçakoca ilçesi Büyük Toprak Grupları Haritası

Akçakoca ilçesinde yer alan ve Karadenize ulaşan akarsuların civarında alüvyal topraklar yer aldığı görülmektedir. Dadalı köyü ve diğer yerleşimler ise podzolik topraklar üzerinde yer almaktadır. Podzolik toprakları gelişmiş ve iyi drene olmuştur ve asit reaksiyonludur. Doğal bitki örtüsü ormandır. Üstte ince bir organik kat bulunur. Alt toprakta kil daha fazladır ve aynı zamanda demir, alüminyum ve mangan oksitler birikmiştir. Çeşitli ürünler yetiştirilen bu topraklar çaydan başka ürünler için kireçleme gerektirir (Anonim, 2017c).

Çalışma kapsamında Dadalı köyünün yer aldığı Akçakoca ilçesine ilişkin arazi örtüsü ele alınmış ve şekil 4'te belirtilmiştir.



Şekil 4. Düzce Akçakoca İlçesi Arazi Örtüsü Haritası

Dadalı köyünün tarım arazisi içerisinde yer aldığı görülmektedir. Akçakoca ilçesi sırası ile en fazla fındık, yapraklı orman, tarım ve yerleşim desenine sahiptir.

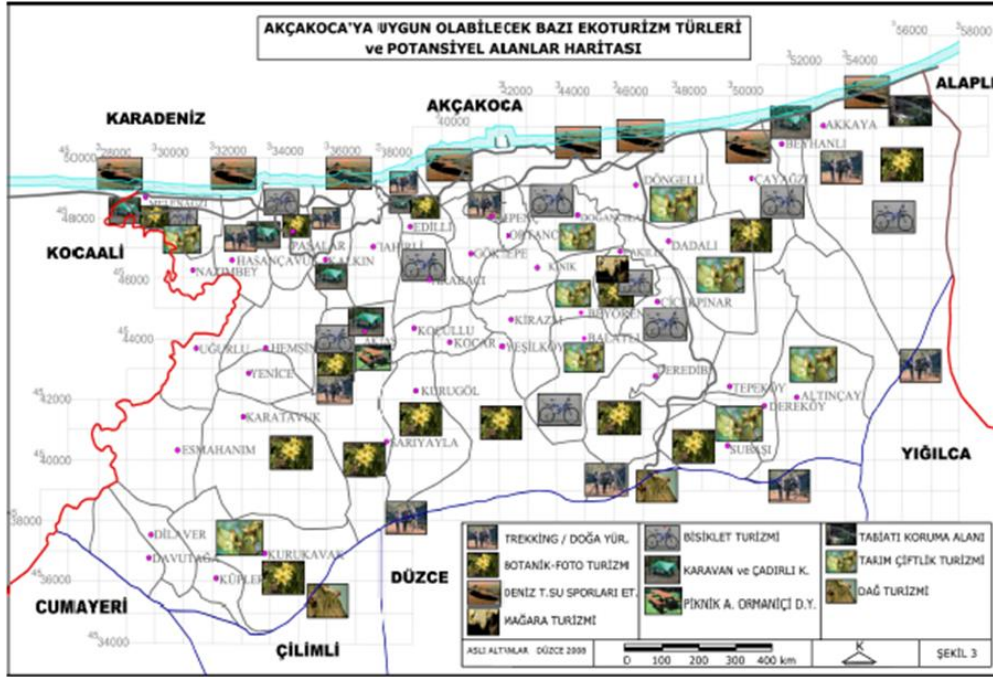
Türkiye İstatistik Kurumu (2017) yılı itibarı ile Dadalı köyüne ait 2010 ve 2016 yılları arasındaki kapsayan nüfus verileri tablo 1'de belirtilmektedir.

Tablo 1. ADKNS 2010-2016 yılı Dadalı Köyü nüfus verileri

Yıl	Erkek	Kadın	Toplam
2010	331	329	660
2011	318	319	637
2012	301	306	607
2013	320	302	622
2014	295	284	579
2015	291	274	565
2016	312	301	613

2010-2016 Yılları arasında toplam köy nüfusunda 47 kişilik bir azalma görülmektedir. Nüfusun 2010-2015 yılları arasında azalma gösterdiği ancak 2016 yılı itibari ile tekrar artış göstermeye başladığı görülmektedir. Köyde erkek sayısı ve kadın sayısı arasında çok büyük bir fark bulunmamakla beraber erkek nüfus kadın nüfusundan genel olarak fazladır.

Altanlar (2007) tarafından belirtilen Akçakoca ilçesi ve çevresinde yer alan turizm kaynaklarının belirtildiği harita şekil 5'te belirtilmektedir.



Şekil 5. Akçakoca İlçesi ve çevresindeki turizm kaynakları (Altanlar, 2007).

Dadalı ekoköyü Düzce'nin tamamına yayılmış olan ekoturizm kaynakları ile yakın ilişki içerisinde bulunmaktadır. Göller ve şelaleler, akarsular, yaylalar, Akçakoca kıyı bandı, orman içi dinlenme alanları, mesire alanları, festival ve şenlikler, Hasanlar barajı, Ceneviz kalesi vb. turizm kaynakları Dadalı ekoköyüne gelen turistlerin ziyaret edebilecekleri alanlardır.

Şekil 6 ve şekil 7'de Dadalı Ekoyüne yapıla ziyaretlerde çekilen geleneksel ve modern konut tiplerine ilişkin örnekler ve köy içerisinde görünüm yer almaktadır.



Şekil 6. Dadalı Ekoyüne Geleneksel ve Modern Yerleşim Örnekleri

Dadalı köyü içerisinde Düzce'nin geleneksel mimari örnekleri bulunmaktadır ancak evler bakımsız durumdadır. Yeni yapılan konutlar ise betonarme olarak yapılmış ve köyün geleneksel dokusu ile uyum sağlayamamıştır.



Şekil 7. Dadalı Ekoköyü İçerisinden Görünümler

Dadalı ekoköyü içerisinde asfalt çift yönlü bir ulaşım aksı bulunmaktadır. Köyün içerisinde piknik alanı yer almaktadır. Dadalı ekoköy olarak ilan edildiğinde faaliyet gösteren köye ait websitesi oluşturulmuştur ancak güncel durumda bu web sitesi aktif değildir. Köye ilişkin fotoğraflara ve bilgilere Düzce Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü web sitesinden ulaşılabilir. Önceki yıllarda turistler için oluşturulan iletişim bürosuna ilişkin herhangi bir yazı veya yönlendirme tabelası bulunmamaktadır. Özkul ve ark. (2013) Dadalı ekoköyü'nde organik tarım yapıldığını, 2011 yılından beri ekoköy projesi yürütüldüğünü, köyde, Doğa yürüyüşleri (trekking), ATV gezileri, yaban hayatı gözlemi, doğa fotoğrafçılığı, at binme aktivitelerinin yapıldığını belirtmişlerdir. Köy içerisinden doğal ürünler alınabileceğini, konaklama imkanı sağlandığını, çalışmanın yapıldığı 2013 yılı itibari ile köy halkının ekoköy projesinden beklenen geliri elde edemediklerini vurgulamışlardır. Bu çalışmada köy halkı, köy muhtarı, Düzce Kültür ve Turizm İl müdürlüğü yetkilileri ve gelen turistlerin görüşleri değerlendirilerek 2017 yılı itibari ile farklı grupların Dadalı ekoköyünü değerlendirmeleri istenmiştir.

Köy muhtarı Cemil Çakmak 2017 nisan ayında, haziran ayında ve temmuz aylarında aranarak kendisi ile görüşme talep edilmiştir. 2017 yılı haziran ayında Dadalı ekoköyüne ziyaret gerçekleştirilmiş, köyde olduğumuz belirtilmiş ancak iş yoğunluğunu öne sürerek görüşme talebimiz kabul edilmemiştir. Köy halkı ile bu durumu paylaştığımız sürdürülebilir turizm çalışmaları kapsamında düzenlenen her çalıştay, toplantı ve seminere köy muhtarının davet edildiğini, anket ve görüşmeler için muhtarın sık sık arandığını belirtmişlerdir. Önceleri toplantılara sıklıkla katıldıklarını ancak son yıllarda ekoköy projesine dahil olmanın ekonomik bir getirisi olmadığı ve köyün tanıtımına katkı sağlamadığı gerekçesi ile katılmayı bıraktıklarını ifade etmişlerdir.

Köy halkı ile alana ilişkin yaptığımız ziyaretlerde sözlü görüşmeler yapılmıştır. Köyün 20-30 yaş aralığında bulunan gençleri ekoköy olduklarını ilk kez duyduklarını belirtmişlerdir. Ortayaşlı kesim ile yapılan görüşmelerde ekoköy faaliyetlerinin 2011 ve 2012 yılları yaz aylarında turistlerin gelişi ile başladığını fakat bu faaliyetlerin plansız oluşu nedeni ile turistlerin memnun ayrılmadıklarını

belirtmişlerdir. Turist ziyaretlerinin plansız oluşu nedeni ile gündelik işlerinin aksaması ve ekonomik getirisinin yüksek olmaması nedeni ile yöre halkı zamanda bu faaliyetlerden kendilerini soyutlamışlardır. Gelen turistlerin konaklama amaçlı gelmediklerini, Akçakoca sahil bandında deniz turizmüne katılmayı tercih ettiklerini, yöresel ürünleri satın alma amaçlı köye uğradıklarını belirtmişlerdir.

Konu ile ilgili olarak Düzce İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü yetkilileri ve Düzce Üniversitesinden uzmanlar ile yapılan görüşmelerde Dadalı'nın ekoköy ilan edilmesi ile özellikle yörenin tanıtımına katkı sağlanması beklendiğini, Cumayeri ilçesi Dokuzdeğirmen köyünde bulunan Rafting Parkuru, Akçakoca sahil bandı, Güzeldere ve Samandere şelalelerine gelen turistlerin köy hayatını yaşayabilecekleri konaklama imkanı sunmayı amaçladıklarını, Düzce merkezde yer alan binicilik, Odayeri yaylasında yapılan orientring, Topuk yaylası ve Kardüz yaylası civarında yapılan ATV safari aktiviteleri ile bağlantıların kurularak, turistlerin Düzce'de geçirebilecekleri gün sayısının artırılmasını, yöresel mimari örnekleri görebilecekleri ve yerel doku içerisinde vakit geçirebilecekleri bir alan yaratılmasının hedeflendiğini dile getirmişlerdir.

Dadalı ekoköyünü daha önceden farklı zamanlarda ziyaret etmiş, İstanbul ve Ankara'da ziyaret eden turistler gezi güzergahlarının Abant Tabiat Parkı, Akçakoca sahili olduğunu ancak, internette araştırma yaptıklarında Dadalı ekoköyünün gezi rotasında olduğunu, ulaşımı kolay olduğu için uğradıklarını, genel olarak güzel bulduklarını ancak köyde fazla vakit geçirmediğini belirtmişlerdir. Düzce'de ikamet eden kişiler ise Dadalı'ya yakın oldukları için ekoköy ziyaretine özel bir zaman ayırmışlar köyü ziyaret etmişler ancak "ekoköy" ismi verilen bu alandan beklediklerini alamadıklarını ifade etmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada Düzce ili Akçakoca ilçesi içerisinde yer alan Dadalı ekoköyüne ilişkin farklı gruplar ile görüşmeler yapılmış ve Dadalı'nın hem köy halkı hemde Dadalı'yı ziyaret eden turistler açısından beklentileri karşılayamadığı saptanmıştır. Yöre halkı ile yapılan görüşmelerde köyün ekoköy olduğundan haberi olmadığını belirten yöre halkından kişiler olduğu gibi, yapılan faaliyetlerden hiçbir gelir elde edilmediğini belirtenler, faaliyetlerin sadece ilk 2 yıl yaz aylarında gerçekleştirildiğini ve bu zamanlarda turistlerin sadece köyde yemek yediklerini, reçel aldıklarını ve Akçakoca deniz kıyısında konaklamayı tercih ettiklerini belirtenler de olmuştur. Düzce Merkez ilçe'de yaşayan ve Dadalı ekoköyünü farklı zamanlarda ziyaret eden turistler ile yapılan görüşmelerde; Düzce Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü resmi web sitesinden yararlanarak Dadalı ekoköyü'nün ismini duyduklarını ve ziyareti gerçekleştirdiklerini belirtmişlerdir. Sadece 2 kişi konaklama ve kahvaltı hizmeti aldıklarını ancak Dadalı'nın ekoköy olarak değerlendirilemeyeceğini, aktivite olarak sadece köy içerisinde gezi yaptıklarını, böğürtlen topladıklarını belirtmişlerdir. Diğer turistler ise ekoköyde konaklama amaçlı yola çıktıklarını ancak köye vardıklarında kendileri ile ilgilenecek kimse bulamadıklarını, sadece köy içerisinde fotoğraf çektikten sonrasında gezi planlarını Akçakoca sahiline yönlendirdiklerini belirtmişlerdir. Ankara ve İstanbul'dan gelen turistler ise özel olarak Dadalı'yı ziyarete gelmediklerini Abant Tabiat Parkı, Akçakoca, Güzeldere ve Samandere şelalelerini ziyaret etmek amaçlı geldiklerini, Dadalı'ya Akçakoca yolu üzerinde olduğu için uğradıklarını ve köyü beğendiklerini ifade etmişlerdir. Dadalı ekoköyü muhtar ise farklı zamanlarda arayarak, köye gelerek görüşme taleplerimizi kabul etmemiş, iş yoğunluğunu öne sürmüştür. Bu durumu köy halkından kişiler ile paylaştığımızda, köy muhtarına üniversite ve farklı kurumlardan gelen görüşme, anket, toplantı katılımı taleplerinin çok fazla olduğunu, önceleri sık sık katıldığını ancak son yıllarda ekoköy tanıtımına ve köyün gelirene katkısı olmadığı gerekçesi ile katılım göstermeyi azalttığını ifade etmişlerdir.

Dadalı ekoköyü mevcut bir köyün ekoköy olarak ilan edilmesi ile doğmuştur. Varolan bir köyün ekoköy olarak ilan edilmesi ile; yeni kurulacak bir ekoköyün karşılaşılabileceği; mülkiyet problemleri, köyde yaşayacak kişilerin seçimi, yerleşim planı oluşturulması, yapıların inşası, iş dağılımları, geleneksel yapı ve sosyal hayatın korunmasının zorluğu gibi engeller ile karşılaşılacaktır. Dadalı'ya yakın bir konumda ilçe merkezinin yer alması köyün ihtiyaçlarının karşılanmasında, turistlerin kolay ulaşabilmesinde avantaj sağlamaktadır. Ancak Dadalı ekoköyü ilan edilirken yola çıkış noktası olan;

köyün kendi kendine yetebilirliğinin sağlanabilmesi, yöresel dokunun korunması, tarımsal üretimin devam etmesi, köy halkından özellikle gençlerin ve kadınların istihdamının sağlanması, gelen turistlere yöresel ürünlerin sunulması, köy hayatına dahil olmalarının sağlanması ve turistlerin bir ekoköyden beklentilerinin karşılanması hedeflerine ulaşılamamıştır. Bu hedeflere Dadalı'da ulaşılamamasının en belirgin nedeni, ekoköyün ziyaretçi profiline uygun talepleri karşılayamaması olarak belirlenmiştir.

Çevresel farkındalığı oldukça gelişmiş olan ve ekoköy yerleşimlerini tercih eden turistler, korunmuş bir doğa, sosyal ilişkilerin güçlü olduğu bir köy hayatı, yöresel lezzetler, tarım ve hayvancılığa ilişkin gündelik faaliyetlere katılım, el sanatları ürünleri yapımı, yerel mimari örnekleri ve bu yapılarda konaklama imkanı ile yörenin folklorünü tanımayı beklemektedirler. Büyük şehirlerin güvensiz ve stresli yaşantısından uzak, farklı insanlar ile bilgi alışverişinde bulunabilecekleri, fotoğraf çekimi, ata binme, doğa yürüyüşü, oryantring vb. faaliyetlere katılabilecekleri, eğitim, kurs, atölye çalışmalarının yanı sıra ekoköy de sosyal fayda sağlayabilecekleri işlere katılım gerçekleştirmek istemektedirler. Ekoköye gelecek, ağızdan ağıza pazarlama yöntemi ile memnuniyetini ifade ederek tanıtıma katkı sağlayacak turist gruplarının memnuniyeti oldukça önemli bir noktadır. Sadece turistlerin değil, ekoköyde yaşayan halkında bu anlayışı benimsemesi gerekmektedir. Organik tarım veya iyi tarım ürünlerinin sunulması, yöresel mimari örneklerinin korunması, yenilenilir çevre dostu enerji kullanılması, doğa ve kültüre dayalı aktivitelerin yapılması Dadalı için turist görüşmelerinden elde edilen önerilerdir.

Dadalı ekoköyünde yapılan ziyaretlerde köyün yerel mimarisinin yeterli düzeyde korunmadığı, aktivite olanaklarının yeterli olmadığı, ahşap, doğal taş uygulamaları yerine betonarme ve plastik kullanımının olduğu, yöre halkının gelen turiste kayıtsız kaldığı görülmüştür. Yerel halkın konu ile ilgili en büyük şikayeti ekoköy faaliyetlerinin ve turist ziyaretlerinin plansız oluşu ve devamının gelmemesidir. Bu kapsamda Dadalı'da ekonomik getiri artarsa yöre halkında desteğinin artacağını belirtmektedirler. Turizm ve ekoköy faaliyetlerinin artırılması için ekoköyü ziyaret günlerinin köye ait websitesi üzerinden veya telefon ile planlanması, gelen turist profiline, konaklama süresine ve turistin geldiği mevsime uygun konaklama, yeme-içme olanakları, aktivite çeşitleri, eğitim faaliyetlerinin planlanması ve sunulması gerekmektedir. Yöre halkının bir iş kolu olarak yaşadıkları alanda gündelik hayatlarını sürdürürken, bir yandan bu faaliyetleri öğretecekleri yabancı insanların varlığına alışmaları önemli bir konudur. Bir öneri olarak ekoköy içerisinde veya yakın çevresinde ekogirişimcilik örneği yeme-içme, konaklama olanağı sunabilen farklı işletmeler yer alabilir ve yöre halkı bu işletmelerde çalışabilir.

Dünyada ve Türkiye'de benzer ekoköy örneklerine ilişkin literatür incelendiğinde ekoköy örneklerinin dışa bağımlı, kendi kendine yetemeyen, kurucularının genellikle büyükşehirde yaşayan insanların olduğu, yönetsel özelliklerinin oy çokluğu ile işlerlik kazandığı, ekoköyde yaşayacak kişilerin üye olarak kabul edildiği ve katı kurallarının olduğu gözlemlenmektedir (Güleryüz, 2013). Kırsal alanda bulunan köylerden bu özellikleri ile kesin bir şekilde ayrılmaktadırlar. Dadalı ekoköyü ise ziyaretçilerinin köy hayatını tanımaları, köy halkı ile etkileşimde bulunmaları, yöresel ürünleri satın almaları, kısa süreli konaklayarak alandan ayrılmaları düşüncesi ile oluşturulmuştur. Bu nedenle ekoköy ünvanı Dadalı için beklentileri yükseltmektedir. Ekoturizm-kültür turizmi destinasyonu olarak nitelendirilmesi ve bu kapsamda geliştirilerek tanıtımının yapılması daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

Ekoköy olma kriterleri irdelenerek, üniversiteden uzmanlar, sivil toplum örgütleri temsilcileri, kamu kurumları ve yerel yönetim temsilcileri bir araya gelerek, yörenin doğal ve kültürel özelliklerini bir arada değerlendirerek ekoköy olma potansiyeli bulunan yerleşimleri belirlemeleri gerekmektedir. Ekoköy ilan edilmesine karar verilen köy halkının, bu faaliyetlerde istekli olması, doğal ve kültürel kaynaklar barındırması, en önemlisi planlı bir ziyaretçi sisteminin olması gerekmektedir. Ekoköye turist gelmeden öncesinde hazırlık aşamasında olası başarısızlık nedenleri gözden geçirilmeli alternatif planlara üretilmelidir. Ziyaretçiler alana geldikten sonra ekoköy faaliyetleri sırasında gözlemler yapılmalı, köyün taşıma kapasitesi aşılmamalı, daha önceden öngörülen ziyaretçi sayısı gerekiyor ise azaltılmalıdır. İzlenecek bu yöntem ile Düzce'de ekoköy veya kültür turizmi destinasyonu olarak tanıtımı yapılabilecek Dadalı'dan daha fazla doğal ve kültürel kaynağa sahip, turizm konusunda istekli

yerleşimler bulunmaktadır. Dadalı köyü'nün kültür turizmi destinasyonu olarak, planlı bir ziyaretçi sistemi ile turizm faaliyetlerinde daha fazla başarı sağlayabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adalılar, Ş.N. (2012). Bir Turistik Çekim Merkezi Olarak Ekoköyler Ve Ekoköylere Tüketici Yaklaşımlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyalbilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Ankara.
- Altanlar, A. (2007). Akçakoca İlçesin'nin Ekoturizm Olanaklarının Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Düzce Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Düzce.
- Anonim 2017a https://gen-europe.org/fileadmin/_migrated/content_uploads/leaflet_turkish.pdf
- Anonim 2017b http://www.duzcekulturturizm.gov.tr/sayfa-187-eko_koy_dadali.html
- Anonim 2017c http://www.tarimziraat.com/faydali_bilgiler/toprak/408-toprak_cesitleri_nelerdir.html
- Düzce Orman İşletme Şefliği 1/25 000 Ölçekli Amenajman Planları ve Raporları. Orman İdaresi ve Planlama Dairesi Başkanlığı. Ankara.
- Güleryüz, M. (2013). Bir Ütopya Hareketi Olarak Eko-Köyler: Türkiye'deki Örnekler Üzerine Bir İnceleme. Yüksek Lisans Tezi. T.C. İstanbul Kültür Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.
- HGK, 1997. 1/25 000 ölçekli Topoğrafik Haritalar. Harita Genel Komutanlığı. Ankara.
- Kara, E., (2014). Ekolojik Kaygı Temelli Yerleşimlerde Sürdürülebilirlik Paradigmasının Farklı Boyutlarıyla İncelenmesi: Ekoköyler. Yüksek lisans tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.
- Özkul, E., Albayrak, A., İpar, M.S., Demirer, D., (2013). Ekolojik Köy Projesinin Yerel Değerlerin Pazarlanması Kapsamında Değerlendirilmesi: Örnek Olay Çalışması. 18. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı "Yerel Ekonomilerin Uluslararasılaşmasında Küresel Pazarlamanın Katkısı" Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 19-22 Haziran 2013 Kars/Sarıkamış.
- Rosenthal, R., J., (2011). Başka Bir Dünya Mümkün ve Biz Yaratıyoruz, Global Eco Village Network Europe Broşürü.
- Tuğun, Ö., Karaman, A. (2014). Çekirdek Köylerin Eko Turizme Kazandırılması İçin Sürdürülebilirlik Kavramı Çerçevesinde Bir Model. MEGARON 2014;9(4):321-337.
- 1/25 000 ölçekli Toprak Haritaları. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı. Tarımsal Üretim Ve Geliştirme Genel Müdürlüğü. Uzaktan Algılama ve Tarım Arazileri Bilgi Merkezi – Utabim. Ankara.
- TUIK 2016
<http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=h95XZGsfZWFhQ6LnzkmGMD2Jj1hnSsyVFWx52116q5RsnmQ7vNS!144414278>

İKİNCİL KONUT SORUNU: MERSİN ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Kamil UNUR
Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü
kunur@yahoo.com

Arş. Gör. Muhammet Abdulmecit KINIKLI
Mersin Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Turizm İşletmeciliği
muhammetkinikli@mersin.edu.tr

Özet

İnsanlar belirli gelir düzeyine ulaştıktan sonra birincil konutlarına ek olarak ikincil bir konuta da sahip olmak istemektedirler. İkincil konutlar zaman zaman gelir getirmesi amacıyla birincil konutun olduğu yerde olmakla birlikte çoğunlukla hafta sonu ve yaz tatillerinde de kullanılmak üzere deniz kenarları ve yaylalarda satın alınmaktadır. Tatil ve rekreatif amaçlı kullanılan ikincil konutlar Türk toplumunun da içinde yer aldığı birçok toplumda sınıf atlamanın göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir. Yukarıda aktarılan durum ve denize girip güneşlenmenin II. Dünya savaşından sonra moda haline gelmesi 1950'li yıllardan sonra tatil ve rekreatif amaçlı ikincil konutların sayılarının dünya genelinde hızla artmasına neden olmuştur. Gelecek nesillerin de haklarını gözeterek bugünün kaynaklarını tüketme temeline dayanan sürdürülebilirlik bu hızlı artışta göz ardı edilmiştir. Sahil kıyılarında yaşanan bu düzensiz, başıboş, neredeyse sahile sıfır denebilecek kadar denizin içinde ve adeta insanları denize ulaşmasını diye sahile Çin Seddi çekilmiş görüntüsü veren yapılaşma sahillerin turizm amaçlı kullanımını neredeyse olanaksız hale getirmektedir. Türkiye de bu gelişmeden etkilenmiş ve özellikle Ege ve Akdeniz kıyıları ikincil konutlarla dolmaya başlamıştır. Toplamda 70,750 daireyi bulan Mersin sahillerindeki ikincil konut yapılaşması denize paralel 1600 daireyi ve 16 katı bulan büyük siteler halindedir. Çalışmada Mersin'de bulunan bu ikincil konutlar incelenmiş, geri kazanım maliyeti göz önüne alındığında ikincil konutları turizme kazandırmanın daha uygun olacağı ön görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İkinci konut, geri kazanım, turizm, sürdürülebilirlik.

SECONDARY HOUSE; MERSİN EXAMPLE

Abstract

Once people reach a certain level of income, they want to have a secondary home in addition to the in primary home. Secondary homes often purchased at seaside and in highland, for use at weekends and summer holidays, as well as used as primary residence to earning come from time to time. Secondary homes used for holidays and recreational purposes are accepted as one of the indicators of class leaping in many societies where Turkish society is also included. The situation described above and the fact that swimming in the sea and sunbathing become fashionable after the Second World War have led to a rapid increase in the number of secondary homes for vacation and recreational purposes worldwide since the 1950s. Sustainability, based on the consumption of today's resources, by taking in to account the rights of future generations has been overlooked in this rapid increase. This irregular, unspectacular, almost idyllic beach side buildings and constructions are in the sea and almost make people unable to reach the sea, looking like the Great Wall of China and making the resort-intended use of the beaches almost impossible. Turkey has also been affected by this development and especially the Aegean and Mediterranean coasts have begun to fill with secondary homes. There are total of 70,750 secondary home flats at the Mersin coastline, which is parallel to the sea and consist of sites like 1600 flats and up to 16 floors. The secondary homes in Mersin examined in the study and it was predicted that it would be more appropriate to use secondary homes for tourism when there cover cost is taken in to consideration.

Keywords: Secondary homes, regain, tourism, sustainability.

1. GİRİŞ

Konut, yüzyıllardan beri insanların en temel ihtiyaçlarından biri olan barınma ihtiyacının karşılanmasından doğan bir kavramdır. Konutlar toplumsal yapıdaki değişimlerden ve teknolojiadaki gelişimlerden etkilenmekte farklı beklentileri karşılayacak şekilde çeşitlenmektedir (Kısa, 1998, s.1).Ulaşımın kolaylaşması ve boş zamanın artması kişide tekrar doğaya dönme isteğini ortaya çıkarmaktadır. Bu doğaya dönme isteği kişilerde, yılın belirli dönemlerinde ve belirli sürelerde dinlenme, tatil yapma ve kentin monoton yaşamından uzaklaşma isteği olarak da adlandırılabilir (Manisa,2007, s.27). Genellikle deniz ve yayla gibi fiziksel çekiciliğe sahip bölgelerde kurulan ikincil konutlar çeşitli rekreatif beklentileri karşılamada ideal bir aracı rol üstlenmektedir (Yıldız,2012, s.30).

Varlığını devam ettirebilmesi için sürekli ve karşılıklı olarak doğa ile etkileşim içerisinde olan insan; zamanla nüfusun hızla artması, kentleşme ve sanayileşme gibi sorunların baş göstermesi ile sürdürülebilirliğe gereken önemi vermemeye başlamıştır. Bu durum da zamanla doğaya ve çevreye büyük zararlar vermiş, geri dönüşü zor hasarlara neden olmuştur. İnsan ihtiyaçlarının sürekli bir şekilde artması ama buna karşın bu ihtiyaçları karşılayacak doğal kaynakların kıt olması sürdürülebilirlik kavramının daha da önem kazanmasına neden olmuştur (Ozmehmet, 2008, s.1). Sürdürülebilirlik, tüm canlıların yaşamları boyunca ihtiyaç duyduğu her şeyi, gelecek nesillerin de ihtiyaçlarının karşılanması doğrultusunda kullanarak, onların da faydalanmasını engellemeden tüketebileceği ilkesine dayanmaktadır (Yeşiloji, 2017). Doğanın ve doğadaki kaynakların bilinçli tüketilmesi ilkesine dayanan sürdürülebilirlik, kentleşme ve yapılaşma için de dikkat edilmesi gereken hususlardan biridir. Türkiye’de de ikincil konutlar, genel olarak kıyı şeridinde, denizle iç içe ve bu bölgelerdeki verimli tarım arazileri üzerinde yer almasından dolayı, ikincil konutların sahillerin sürdürülebilirliğine ve gelecek nesillere aktarılabilmesinin önünde bir engel oluşturduğu söylenebilir (Chapin, Torn ve Tateno, 1996, s. 1022).

Sahil kıyılarında yaşanan düzensiz, başıboş, neredeyse sahile sıfır denebilecek kadar denizin içinde ve adeta insanlar denize ulaşmasını diye sahile Çin Seddi çekilmiş görüntüsü veren yapılaşma sahillerin turizm amaçlı kullanımını da neredeyse olanaksız hale getirmektedir (Ongan, 1988, s.5). İkincil konutlar, zaman zaman gelir getirmesi amacıyla birinci konutların bulunduğu yerde kurulmuş, aynı zamanda ikincil konut yapılaşması olarak tasarlanan bazı bölgeler de zaman içerisinde kentlerin hızla büyümesiyle kentlerin içerisinde sıkışıp kalmıştır (Kısa, 1998, s. 6). Zaten yapı olarak eski olabilen bu konutlar birde birincil konutlar olarak kullanılmaya başlandığında çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu sorunların başında tuvalet ile banyonun bir olması, mutfağın ve odaların küçüklüğü gelmektedir.(Cengizoğlu ve Özyılmaz, 2016, s.220). Ayrıca bu yapılaşma yapıldığı yer itibari ile ekolojik dengenin de bozulmasına neden olmaktadır. Oysa tüm Türkiye de olduğu gibi Mersin’deki ikincil konutlar içinde çok ciddi miktarlarda emek ve ekonomik kaynak harcanmıştır (Kozak ve Duman,2011 s. 230). Hem ekoloji ve ekolojik sistemlerin işlevini, süreçlerini ve üretkenliğini gelecekte de devam ettirebilme yeteneği (Chapin, Torn ve Tateno, 1996, s. 1017) olarak tanımlanan sürdürülebilirliğin sağlanmasında hem de Mersin ve Türkiye ekonomisine katkı sağlar duruma getirilebilmesinde bu sahillerin geri kazanımı bir zorunluluk haline gelmektedir. Çalışmada Mersin’deki ikincil konutlar ele alınarak bu konutların turizm amaçlı kullanımı veya Mersin sahillerinin geri kazanımının mümkün olup olmadığı incelenmektedir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

İnsanlar dünyada var olduğu günden beri, çevresinden gelebilecek zararlardan korunacağı, içerisinde yeme, eğlenme ve dinlenme gibi ihtiyaçların karşılayabileceği barınaklar yapmışlardır (Cengizoğlu ve Özyılmaz 2016, s.220). Barınma ihtiyacının karşılandığı yapı olan konut: insanların barındığı ev, apartman gibi sürekli ve ya kısa süreli konaklanan yer olarak tanımlanmaktadır (TC Sağlık Bakanlığı, 1994). Konutlar kulanım olarak, birincil ve ikincil konutlar olmak üzere ayrılmaktadır. Birincil konut denildiğinde bireyin tüm yaşamsal eylemlerini güven duygusuyla gerçekleştirdiği, toplumun içinde ikamet ettiği, istek ve gereksinimlerini karşıladığı esas konut anlatılmak istenmektedir (Kısa, 1998, s.1).İkincil konut kavramı ise İngilizcedeki “secondary homes ve second dwelling” kelimelerinin

karşılığı olarak kullanılmaktadır. “İkincil konut” kavramı içindeki ikincil terimiyle ifade edilen kişinin sahip olduğu konutun sırası değil, kullanımında yüklendiği amaçtır. Yani, yılın belirli döneminde ve belirli sürede konaklanan, asıl konut dışında tatil veya rekreasyon için kullanılan konut anlamına gelmektedir (Akron 1989’den akt, Manisa, 2007, s.14).

2.1. Dünyada İkincil Konutların Gelişimi

Modern anlamda ikincil konutların gelişimi sanayi devrimiyle başlayıp, II. Dünya Savaşı’ndan sonra popüler hale gelmiş olsa da geçmişi çok eskilere dayanmaktadır (Manisa 2007, s.17). Örneğin; Eski Babil’in yöneticilerinden olan Şulgi, vergisini ödeyen asiller için seyahat güzergâhlarını korumuş ve konaklamalarını sağlamak için dinlenme evleri inşa ettirmiştir (Kısa, 1998, s. 5). İkincil konutların yakın geçmişteki örneklerine ise 17.yy.’da İsveç’te Stockholm çevresinde (Manisa, 2007, s.17), 18. ve 19.yüzyıllarda ise İngiltere ve Fransa’da rastlanmaktadır. Genellikle asillere ve zenginlere özgü olan bu konutlar özellikle Londra, Paris gibi büyük şehirlerin etrafını kuşatmışlardı (Cengizoglu ve Özyılmaz,2016, s.220).

Dünyada ikincil konutların gelişimi 18. ve 19. yüzyıllarda soylularla başlamış olsa da, ikincil konutlar asıl önemli gelişmeyi 1950’den sonra, refah seviyesindeki artış ve ulaşımdaki gelişmeler sayesinde yaşamıştır (Bakırcı 2007, s.32). Genellikle ulaşımın kolaylığı açısından birincil konutların bulunduğu kent çevrelerine inşa edilen ikincil konutlar sanayi devrimi ile ulaşımın gelişmesinin de etkisi ile kent merkezlerinden daha uzaklara veya bireyin kendisinin seçtiği yerlere doğru taşınmıştır. Sanayileşme ve ulaşımda yaşanan olumlu gelişmeler kentlerin hızlı büyümesine ve kent çevresinde bulunan pek çok ikincil konutun kent içerisinde kalmasına hatta birincil konuta dönüşmesine neden olmuştur (Yıldız, 2012, s.16).

Dünyada ikincil konutların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Öyle ki Danimarka ve Norveç gibi İskandinav ülkelerinde ikincil konutlar olmazsa olmaz haline gelmeye başlamıştır. 1960’da İsveç’te 400.000, Norveç’te 190.000 ve Danimarka’da 145.000 ikincil konut olduğu bilinmektedir (Demarküz, 1993’den akt, Manisa, 2007, s.18). Yapılan bir diğer çalışmada İsveç’te kentte yaşayan her beş aileden biri, İsviçre’de kentte yaşayan her iki ailenin biri ve Danimarka’daki Ulusal Planlama Teşkilatının planlamasına göre her üç ailenin biri ikincil konuta sahiptir(Kutlu, 1992, s.11).

2.2. Türkiye’de İkinci Konutlar ve Gelişimi

Türkiye’deki duruma bakıldığında, ikincil konutların yazlık ve kışlık olarak ayrımının çok iyi yapıldığı görülmektedir. Osmanlı döneminde kullanılan yazlık saraylar ve Anadolu’da inşa edilmiş yayla ve bağ evleri bu ayrımın yapıldığının en belirgin örnekleridir (Kısa, 1998, s. 7).Türkiye’de ikincil konut olgusu dünyada olduğu gibi sanayi devriminin sonuçlarından etkilenmiş ve 1950’li yıllardan sonra hız kazanmıştır. Bu anlamda Türkiye’deki ilk ikincil konut örnekleri, İstanbul yakınlarında bulunan Silivri-Kumburgaz kıyı şeridinde görülmüştür (Manisa, 2007, s.19) . İlk düzenli ikincil konut yerleşimi ise, 1950’li yıllarda İzmir çeşme kıyılarında inşa edilmiştir (Yıldız, 2012, s.17).

İkinci konut artışı 1990-2000 yılları arasında yükselen bir ivme kazanmıştır. Turizm Bakanlığı, Araştırma ve Değerlendirme Daire Başkanlığı’nın yaptığı tespit çalışmasına göre; 1989 yılında 102.400 olan ikincil konut sayısı 1999 yılında 480.000’e yükselmiştir(Manisa, 2007, s.19). Türkiye’deki ikincil konutların sayısındaki artış kıyı şeridini tehdit eder boyutlara ulaşmıştır. Bu tehdidin en büyük nedenlerinden biri 16.03.1982 tarihli 2634 sayılı Turizm Teşvik kanunu ile imar planlarının hazırlanma ve onaylama yöntemlerini gösteren yönetmelik ile turizm alanları ve turizm merkezleri için hazırlanacak imar planlarının imar kanununun genel kuralları dışında tutulmuş olmasıdır (Mizan, 1994, s. 84). Bir diğer neden ise, 24.04.1969 tarihli, 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu ile devletin sağladığı kredi olanaklarındaki artış olmuştur (Yıldız, 2012, s.17).

Zaman içerisinde istek ve beklentileri karşılayabilmek için bir taraftan ikincil konutlarında nitelikleri ve nicelikleri gelişirken, diğer taraftan da 03.05.1985 tarihli 3194 sayılı imar kanunu ile plan yapma, onama yetkilerinin yerel yönetimlere verilmesi ile uzman ve deneyimli çevrelerden görüş alma gerekliliğinin ortadan kalkması sonucu bozuk ve çarpık yerleşkeler oluşmuştur (Bakırcı, 2007, s.39).Yasanın 1985 yılında onanmış olması ile ilave imar planı, mevzi imar planı ve imar planı

değişiklikleri ile getirilen düzenlemeler ekolojik dengenin birçok yerde tahrip olmasına ya da yok olmasına neden olmuştur(Yıldız, 2012, s.18). Bu durum kıyı yerleşimlerinde ikincil konutların sayısını, önüne geçilemeyecek oranda arttırarak doğal zenginlikler ve tarihi değerler üzerine baskının artmasına neden olmuştur.

2.3. İkinci Konutların Ekonomiye Kazandırılması Ve Geri Kazanımı

İkincil konutlar genellikle; tatil yapmaya ve dinlenmeye elverişli, fiziksel çekiciliği olan, manzara açısından zengin alanlarda konumlanmaktadır(Yıldız, 2012, s.20). Zamanla nüfusun ve barınma ihtiyacının da artması ile kent merkezindeki yapılar da artış göstermiştir. Bu durum da aslında şehir merkezinden uzak olan ikincil konutların gittikçe şehirle bütünleşmesine, bu alanların ikincil konuttan ziyade birincil konut olarak kullanılmaya başlanmasına neden olmuştur(Cengizoglu ve Özyılmaz,2016, s.220).

Mersin'deki ikincil konutlar da sahili işgal etmekte ve bu çarpık yerleşkeler kentin içinde sıkışık kalmaktadır. Cengizoglu ve Özyılmaz'ın 2016 yılında yaptıkları çalışmada ikincil konutların birincil konutlara uyarlanabilirliği araştırılmıştır. 91 katılımcının Soli sitesinden katıldığı çalışmada ikincil konutun birincil konut olarak seçilmesinin en büyük nedeni konumu olarak bulunmuştur. Ancak araştırmanın ikincil konutta birincil konut olarak yeterli olmayan yönlerine bakıldığında Tuvalet ile banyonun bir olması, mutfağın ve odaların küçüklüğü ön plana çıkmıştır. Bu bağlamda çalışma ikincil konutların birincil konut olarak kullanılmasının zorluğunu ortaya koymuştur.

İkincil konutları birincil konut olarak kullanmanın zorluğu göz önüne alındığında bu konutları turizme kazandırmanın daha kolay olduğu düşünülebilir. Literatürde ikincil konutların turizme kazandırılabilmesi için çeşitli proje, strateji ve model önerileri getirilmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı bu konuda, en kapsamlısı 1991 yılında olmak üzere birçok çalışma yapmıştır. Bu çalışmalarda ikincil konutların envanterleri ve turizme kazandırılabilirliği araştırılmıştır. Araştırma sonucu olarak teşviklerin verilmesini, vasıflar yönetmeliğinde önerilen modele göre değişikliklerin yapılmasını ve kat mülkiyeti kanununda gereken değişikliklerin yapılmasını önermiştir (Kozak, 2011, s.232-233).

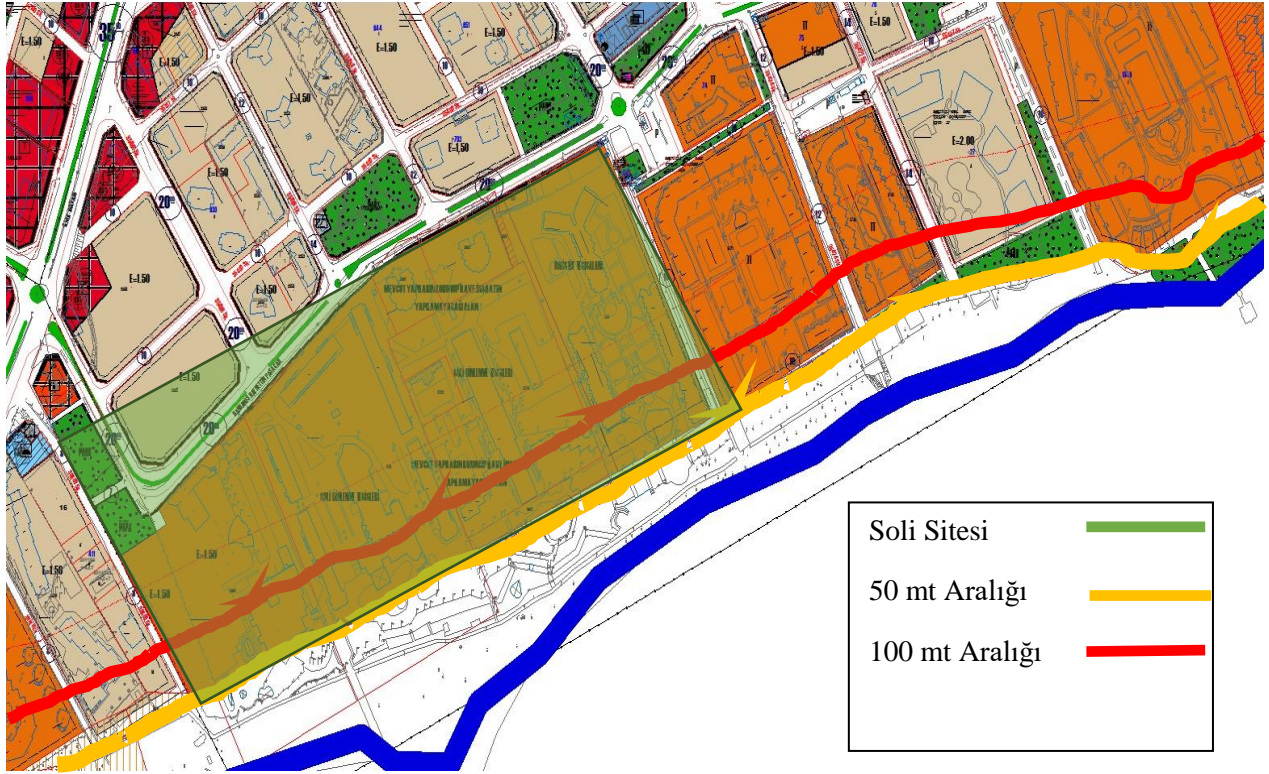
İkincil konutların turizmle ilişkilendirilmesine yönelik yapılan projeler sadece kamu kuruluşları tarafından değil, aynı zamanda çeşitli sivil toplum kuruluşları tarafından da üretilmektedir. Örneğin, 2009 yılında Mersin'i toplam 228.000 turist ziyaret etmiştir. Buna karşın Mersin'deki otellerin toplam oda kapasitesi 3784'tür. Mersin Ticaret ve Sanayi Odası, neredeyse oda kapasitesinin 60 katından fazla olan bu talebi daha kolay karşılayabilmek için "İkinci Konutların Turizme Kazandırılması Projesi"ni hayata geçirmek istemiştir. Bu proje ile Mersin'deki 70 bin ikincil konutun turizme kazandırılmasıyla hem ülke hem de Mersin ekonomisine katkıda bulunması hedeflenmiştir (Milliyet, 30 Haziran2009) Konut sahipleri tarafından gerekli düzeyde katılım sağlanamadığı için proje 2011 yılında sonlandırılmıştır.⁶

Arıcı (2009), Mersin'e ikincil konut yapıları için yaklaşık 5 milyar dolar yatırım yapıldığını, ancak böyle büyük bir yatırım yapılmışken ikincil konutlarda yıllık ortalama 17 gün konaklandığını tespit etmiştir. Atıl şekilde duran bu konutları turizme kazandırmak için "Kapatmayın Kiralayın" sloganı ile başlatılan proje dahilinde 172 konut sahibi ile anlaşma sağlanmış ve gecelik 70-150TLfiyataralığında kiraya verilmesi düşünülmüştür. Projeye dahil olan konutlar ev sahipleri yada emlakçıların belirlenen fiyat aralığına uygun davranmamaları sonucu başarısız olmuştur.

Sahillerin geri kazanımı açısından bakıldığında, sahillerin korunmasına yönelik kanun ilk kez 1984 yılında çıkarılmış ancak kamu yararı ilkesiyle çeliştiği gerekçesiyle 1986 yılında iptal edilmiştir (Kılıçaslan, 2006, 149). Ancak 04.04.1990 tarihinde kıyılara ilişkin 3621 sayılı yeni bir kanun çıkarılmıştır ve bu kanunla sahil şeridinin genişliği '100 metre' olarak belirlenmiştir. Böylece yapıların 100 metreden sonra inşa edilmeye başlanması sağlanmıştır. Ancak ilk gerçek anlamda ikincil

⁶ Bu bilgiye Mersin Sanayi ve Ticaret Odası Projeler bölümünden ulaşılmıştır.

konutların görülmeye başlandığı 1950'li yıllardan kanunun çıkartıldığı tarihe gelinceye kadar ikincil konutlar kıyılarda herhangi bir mesafe sınırı tanımadan yapılmıştır(Mizan, 1994, s.76-78). Bu ikincil konutlar denizi daha iyi görebilmek adına kıyıyla iç içe ve sahil şeridi ile aynı doğrultuda inşa edilmiştir. Bu durum yollarında sahile paralel uzanmasına yol açmış, bu da kumsalların yok edilmesine ve plajların ya ortadan kalkmasına ya da görseiliğinin bozulmasına neden olmuştur (Bakırcı, 2007, s.44)



Kıyı kanunu ile belirtilen 100 metre göz önünde bulundurulduğunda örnek olarak verilen Soli sitesinin başlangıcı Kıyı Kanunu ile ters düşmektedir. Ayrıca 100 metre çizgisi takip edildiğinde çevresindeki sitelerinde aynı durumda olduğu hatta Soli sitesinin bazı ek binalarının neredeyse sahille kesiştiği görülmektedir. Bu durum da, zaten var olan sahil alanı dar iken ikincil konutlarının varlığı ile artık daha az rekreatif amaçlı kullanılabilir sahilin olduğu söylenebilir.

Son yıllarda kentleşmedeki artış, sahil bölgelerindeki ikincil konut gelişimini hızlandırmakta, öte yandan da doğal çevrenin bozulmasına neden olmaktadır. (Bayezit, 2003, s.70).Kıyı şeridi boyunca inşa edilmekte olan ikincil konutların büyük bir çoğunluğu geniş bir alan üzerinde bulunması, turizmin gelişimi ve doğal kaynakların sürdürülebilirliği konularında zor durumda bırakmaktadır. Bakıldığında, ikincil konutların olduğu bölgelerde turizmin sekteye uğradığı açıkça görülmektedir. Buna verilebilecek en güzel örnek Mersin-Silifke kıyı şerididir. Bölgede inşa edilen yoğun ikincil konut yerleşimi sahil şeridinin kullanımını imkansız hale getirmekte bu da hem Mersin açısından kötü bir izlenim yaratmakta hem de ülke ekonomisine zarar vermektedir (Yıldız, 2012, s.26).

Toplumda “sınıf atlamak” olarak görülen ikincil konutlar, insanların istek ve beklentileri doğrultusunda ekolojik denge göz ardı edilip doğa ile iç içe olma arzusu ile sahil kenarlarında çarpık ve dağınık bir görüntü oluşturmaktadır. Birçok baskı unsurunun iç içe geçtiği kıyılarda, konutlara ilişkin kararlar alınırken sürdürülebilir, estetik, bilimsel yaklaşımlar yerine ekonomik kriterler ve politik beklentiler doğrultusunda alınmakta ve çevresel değerleri ve sosyal sorunları göz ardı etmektedir. Bu yaklaşım doğal kaynakların tükenmesine uzun vadede toplumun uzun vade de kayıplara uğramasına neden olmaktadır. (Kılıçaslan, 2006, s.148).

Şekil 4: Mersin'deki ikincil konutlara bir örnek⁷



Geri kazanım maliyetli ve kapsamlı projeler gerektirse de dünyada bu konuda gerçekleştirilmiş birçok örneğe rastlamak mümkündür. İspanya'nın turizm kentlerinden birisi olan Barcelona'da bu tür konutların geri kazanımı için bir kentsel dönüşüm projesi olan 22@'i hayata geçirmeye başlamıştır. Proje hem yerel yönetim hem de özel sektör temsilcileri bir araya gelerek oluşturmuştur. Proje kapsamında şehrin ve sahilin çehresini bozan birçok konut yıkılarak yerine ilk etapta geniş bir meydan yerleştirilmiş ve sahil boyunca uzanan bir yürüyüş yolu yapılarak rekreatif faaliyetlerin önü açılmıştır. Proje 45 ana projeden oluşmuş bunların 33'ünü özel sektör desteği ile yapılmaya çalışılmıştır (Demirtaş ve Esgin, 2006, s.161). 2012 yılında yayınlanan 22@ Barcelona Plan dergisindeki verilere göre proje maliyetinin 180 milyar Euro olduğu belirtilmiştir.

Şekil 5: Abandoibarra Projesinin Geçmişteki ve Günümüzdeki Hali



İspanya'daki bir diğer projede Bilbao kentinde yapılmıştır. Nehir kıyısında atıl durumda bulunan eski sanayi tesislerini halkın geri kazanma isteği üzerine bir proje gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. 3 bölgeden oluşan geri dönüştürme projesinin en büyüğünü Abandoibarra dönüşüm projesi oluşturmaktadır. Proje kapsamında kent merkezinin üçte ikisinin bahçe ve yeşil alan olarak düzenlenmesi amaçlanmaktadır. Sürdürülebilirliğin ön planda olduğu projede, nehir kıyısında bulunan Dona Casil'da Parka eklenecek 84000m²lik bir bölümde projede ayrıca yer almaktadır (Ünal, 2008, s.59-61).Tasarlanan bu proje 2012 yılında hayata geçirilmiştir ve halkın kullanımına açılmıştır (Balmori 2017).

Hollanda'da yapılmış bir geri kazanım projesi ise dünyanın en büyük limanlarından birine sahip olan Rotterdam'da yapılmıştır. Tarihsel süreçte kamu tarafından desteklenen liman genişletilmiş ve bölgeyi besleyecek bir ekonomik alan hale gelmiştir. Ancak bu büyüme yerel halkın uzaklaşmasına ve

⁷<https://vr.mersin.bel.tr> adresinden alınmıştır.

çevrenin kirlenmesine neden olmuştur. Kop Van Zuid adı verilen proje ile tekrar halkı bölgeye çekmek ve bölgeyi tekrar yaşam alanı haline getirmek için atıl durumda olan limanın bir bölümü sosyal merkezlere ve rekreatif amaçlı bölgelere dönüştürülmek istenmiştir. Bu proje ile yerel yönetimle kamunun bir araya gelmesi amaçlanmış ayrıca bölgenin hem ekonomik hem de çevresel kalitesinin iyileştirilmesi sürdürülebilir şekilde olması sağlanmaya çalışılmıştır. 1987 yılında yapımına başlayan proje halen devam etmektedir(Ünal, 2008, s.55-57).

2.4. Mersin’de İkinci Konutlar

İkincil konutlar, gerek rekreatif amaçlı olsun gerekse manzaranın güzelliği nedeniyle olsun dünyanın birçok yerinde kıyı şeridini ve yaylalardaki doğayı hem işgal etmekte hem de yapıldığı alana kötü bir görünüm kazandırmaktadır. Araştırmanın örnekleme olan Mersin ili içinde bu durum farklı değildir. Toplamda 70.000’in üzerinde ikincil konuta sahip olan Mersin’deki ikincil konutlar, çoğunlukla tatil siteleri şeklinde kooperatifler ve özel girişimciler tarafından yapılmış yerleşkelerdir(Cengizoglu ve Özyılmaz,2016, s.220).

Tablo 1: 2012 Yılı Mersin İli Belediye Sınırları İçerisindeki Sahil Sitelerinin Dağılımı

BELEDİYE ADI	SİTE SAYISI	KONUT SAYISI	TOPLAM KONUT SAYISI
MEZİTLİ	87	13.741	65.000
ERDEMLİ	17	1.936	18.540
ARPAÇBAHŞIŞ	23	3.500	4.487
ÇEŞMELİ	15	3.940	7.603
KARGIPINARI	18	2.573	4.749
KOCAHASANLI	25	934	2.538
LİMONLU	34	2.922	5.338
TÖMÜK	67	12.301	19.477
KUMKUYU	8	1.375	2.186
KIZKALESİ	57	107	1.814
AYAŞ	37	2.104	2.104
SİLİFKE			
TAŞUCU	46	2.286	10.099
ATAKENT	339	9.605	14.506
ATAYURT	22	1.917	4.695
NARLIKUYU	3	104	1.325
YEŞİLOVACIK	17	1.884	3.353
AKKUM	16	1.048	2.148
GÜLNAR (BÜYÜKECELİ)	3	137	1.247
AYDINCIK	8	345	3.625
BOZYAZI	25	1.292	6.637
TEKELİ	14	752	1.557
TEKMEN	9	446	982
ANAMUR	117	4.860	25.223
ÖREN	14	650	4.750

Kaynak: İlgili Belediyeler*⁸

Mersin’de yapılmış olan İkincil konutlar genelde yazlık olarak yapıldıkları için denize yakın yerlerde ve manzarayı görebilecek şekilde konumlandırılmıştır.1990 yılında Kıyı Kanunu çıkarılıncaya kadar hukuki boşluktan faydalanan ve sahil şeridini kaplayan bu ikincil konutlar buldukları sahillerde tahribatlara neden olmuştur. Bu durum sahil kıyılarında düzensiz, başıboş yapılaşma oluşmasına neden

⁸ Mersin Sanayi ve Ticaret Odası verilerinden yararlanılmıştır.

olmuş, yani halka ait olan kıyı ve denizler ikincil konutların insafına bırakmıştır. Öyle ki sadece konut sahipleri kullanabilsin diye sahile tel örgüler çekilmiştir. İkincil konutlarla ilgili bir diğer önemli husus ise; geçmişe dönülmesinin ve devasa beton yapıların yıkımının bugün için mümkün olmamasıdır. Bu durum doğanın tahribatının onarılmasının ve sahillerin sürdürülebilirliğin önünde bir engel olarak değerlendirilebilir. Araştırmanın örneği olarak seçilmiş Soli sitesi Mersinde yapılan ikincil konutların ilklerindedir. Soli sitesinin örnek olarak seçilmesinde birçok etken göz önünde bulundurulmuştur. Site ile deniz arasında başka bir yapının olmaması, sitenin tatil sitesi olarak yapılmış olması, bünyesinde geniş rekreatif alanlarla tasarlanmış olması ve genel olarak yapıldığı zaman için sitede yaşayan kişilere doğayla ve denizle iç içe şehrin gürültüsünden uzak boş zamanlarını değerlendirmelerine olanak tanıyan bir alan olması söz konusu etkenlerdir.

2.4.1.Soli Sitesi Örneği

1973 yılında konum olarak Mersin'in batısında Mezitli kasabasında kurulmaya başlanan Soli sitesi Mersin Marina'ya 6 ve Mersin'in en büyük alışveriş merkezi olan Forum Alışveriş merkezine 9 km uzaklıkta yer almaktadır. Soli sitesi; Soli 1, Soli 2, Soli 3 ve Soli 4 olmak üzere 4 bölgeden oluşmaktadır (Şekil 2) . Bünyesinde bir apart otel, bir suit otel, 13 tanesi villa olmak üzere 1200 tane konutu ve site içerisinde kalıp Soli ismiyle yapılmamış bağımsız bölümleriyle birlikte yaklaşık 1500 birimden oluşan büyük bir tatil kompleksidir. İlk olarak 1975 yılında 1. bölge olan Soli 1 inşa edilmeye başlanmıştır. Günümüzde 11 blokta toplam 1200 daireden oluşan Soli sitesinin 1200 konutundan 300 tanesi ikincil konut olarak kullanılmaktadır (Cengizoğlu ve Özyılmaz,2016, s.223). İkinci konut oranının bugün az olmasının nedeni ilk kurulduğunda Mersin şehir merkezi dışında yer alan Mezitli kasabasının büyüyerek Mersinin merkez ilçesi durumuna gelmiş olması, yani Soli sitesinin şehir içinde kalmış olmasıdır.

Şekil 1: Soli Tatil Sitesinin Konumu



Kaynak: <https://earth.google.com/web/>, erişim tarihi 13.07.2017).

Şekil 2: Soli Vaziyet Planı ve Soli sitesinin bir görseli



3. SONUÇ

II. Dünya Savaşı'ndan sonra popüler hale gelen ve toplumda sınıf atlama aracı olarak görülen ikincil konutlar, gelecek nesillerin ihtiyaçları umursanmadan ve doğaya verilecek zarar düşünülmeden umarsızca inşa edilmiş ve edilmeye de devam etmektedir. Ekolojik dengenin göz ardı edildiği bu yapılar sahil kenarlarında çarpık ve dağınık bir görüntü oluşturmaktadır. Devlet, halk ve konut sahipleri gibi baskı unsurlarının iç içe geçtiği kıyılarda, konutlara ilişkin kararlar sürdürülebilir bakış açısı ve estetik kaygıdan uzak, ekonomik kriterler ve politik beklentiler doğrultusunda alınmaktadır. Bu yaklaşım zaten kıt olan doğal ve ekonomik kaynakların yanlış kullanımına ve uzun vadede toplumun ağır kayıplara uğramasına neden olmaktadır.

Neredeyse denizle öpüşen bu beton yapılar, sahillerde otel yapımına yetecek kadar boş alan bırakmamıştır. Bu nedenle ikincil konut bölgelerinin turizme kazandırılabilmesi ancak bu konutlara dair bir çözüm bulunması ile mümkün olabilir. Çalışmada da ikincil konutların ortaya çıkarmış olduğu bu problemlere değinilmiştir. Problemlerin çözümünün ancak ikincil konutların ya yıkılarak rekreatif alanlara dönüştürülmesi yoluyla ya da turizme açılmasıyla mümkün olabileceği ortaya konmaya çalışılmıştır.

Literatürde yer alan her iki bakış açısı da incelendiğinde, hali hazırda yapılmış olan ikincil konutların tekrar doğaya kazandırılmasının önünde Barselona örneğinde olduğu gibi çok büyük bir maliyet ve iş gücü ihtiyacı büyük engel oluşturmaktadır. 2009 yılı itibarıyla Mersin'deki ikincil konutların yapım maliyetinin yaklaşık 5 milyar dolar olduğu göz önüne alındığında, yapılacak bir geri kazanım projesinin maliyetinin çok daha yüksek olacağı öngörülebilir. Diğer taraftan yapılmış araştırma ve projelere bakıldığında ikincil konutların turizme açıldığında ekonomiye gelir getirici bir etkisinin olabileceği öngörülmüş, ancak projeler başarıyla sonuçlandırılmamıştır. Dolayısıyla bugüne kadar Türkiye'de ikincil konut sorunu çözülememiştir. Ancak ikincil konut sahiplerinin bir kısmının kendileri ya da emlakçılar aracılığı ile konutlarını yaz mevsiminde kiraya verdikleri bilinmektedir. Bu durum ikincil konut sorununa şu ana kadar konut sahiplerinin yarattıkları geçici bir çözüm gibi görünmesine karşın sorunu kökten çözebilecek bir yaklaşım gibi de görünmemektedir. Bu sorunun çözümü dünyadaki geri kazanım çabalarının Türkiye'de de uygulanmasıyla mümkün olabilir. Ancak geri kazanım süreci çok ciddi miktarlarda ekonomik kaynağa ihtiyaç duymaktadır. Ancak Türkiye'nin içinde bulunduğu coğrafyada yaşanan gelişmeler sürekli olarak daha öncelikli konuları ön plana çıkarmaktadır. Ayrıca 2016 yılı itibarıyla Türkiye her ne kadar dünyanın en büyük 16. ekonomisi ise de yaşanan gelişmeler Türkiye'nin geri kazanım için gerekli yüzlerce milyarlık kaynak ayırmasına olanak vermemektedir.

Araştırma sadece Mersin'de bulunan ikincil konutlar ile sınırlandırılmıştır. Diğer bölgelerde ki ikincil konutlarda benzer şekilde ele alınarak karşılaştırmalar yapılabilir. Ayrıca ikincil konutların turizme kazandırılması için yapılmış örnek çalışmalar derlenerek ülke bütünü için en uygun çözüm

bulunulmaya çalışılabilir. Ülke çapında yapılacak yeni çalışmalar, ikincil konut sorununun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ajuntament de Barcelona, 2012, A Programme Of Urban, Economic And Social Transformation, 22@ Barcelona Urban Planning Management, 50
- Arıcı, S. 2009. Mersin Ticaret ve Sanayi Odası “II. Konutların Turizme Kazandırılması Projesi”. M. Kemal Dedeman Yarına Bir Değer Bırak Proje Yarışması Turizm Sektörü İkincilik ödülü.
- Bayezit, D. 2003, Turizm Sektöründe İkinci (Yazlık) Konutların Türkiye Ekonomisindeki Etkilerinin İstatistiksel Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, Edirne, 138.
- Bakırcı, S. 2007, Yabancıların İkinci Konut Talebinin Fiziksel Çevreye Etkisi: Dalyan Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara, 140.
- Chapin, III, F.S., Torn, M.S. ve Tateno, M. (1996). Principles of eco system sustainability. *American Naturalist*, 148(6), 1016-1037.
- Cengizoğlu, F. P., Özyılmaz, H., (2016)İkinci Konutların Birincil Konutlara Uyarlanması: Mersin Örneği, TMMOB Şehir Plancıları Odası Planlama Dergisi, 26 (3), 219-233
- Demirtaş, Y., Esgin, İ., (2006), Bir Kentsel Yenileme Deneyimi: Barselona, TMMOB Şehir Plancıları Odası Planlama Dergisi, 36 (2), 155-162
- TC Sağlık Bakanlığı, Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi, (1994), Konut Sağlığı (ISBN 975-7572-58-6). Ankara: Güler Ç., Çobanoğlu, Z.
- Kılıçaslan, Ç. (2006). İkinci Konutların Deniz Kıyılarına Etkisi, Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, A(1), 147-156.
- Kısa, P. 1998, İkinci Konut Mimarlığında Cephe, Kütle ve Dış Mekân Oluşumu. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Edirne, 219.
- Kozak, M., Duman, T., (2011) İkinci Konutların Turizm Sektörüne Kazandırılması: Muğla ili Datça ilçesi örneği, Doğu Üniversitesi Dergisi, 12 (2), 226-242
- Kutlu, R. 1999, İkinci Konutların Tasarımında Geleneksel Türk Evi Tasarım İlkelerinin Kullanılması. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 130.
- Mizan, G. 1994, Turizm Ve İkinci Konut Gelişiminin Doğal Çevre Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi: Dilek Yarımadası Ve Yakın Çevresi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, 272.
- Ozmehmet, D. E. (2008). Dünyada ve Türkiye’de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları. *Journal Of Yaşar University*, 3(12), 1853-1876.
- Yıldız, M. 2012, Turizmin Gelişimine Bağlı Olarak İkinci Konutlarda Mekan Analizi; Manavgat Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya, 140.

İnternet Kaynakçası:

- Balmori, (2017) Abandoibarra Projesi, <http://www.balmori.com/portfolio/abandoibarra-masterplan>
Erişim Tarihi: 12 Ekim 2017
- Yeşiloji, (2017) Sürdürülebilirlik Nedir, <http://www.yesiloji.com/yesilhaber/surdurulebilirlik-nedir/>,
Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2017

TÜRKİYE’DE SAĞLIK TURİZMİ VE ŞEHİR HASTANELERİ

Doç. Dr. Cemil ÖRGEV
Sakarya Üniversitesi, İşletme Fakültesi
Sağlık Yönetimi Bölümü
corgev@sakarya.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. İsmail GÜMÜŞ
Sakarya Üniversitesi, Sakarya Meslek Yüksekokulu
igumus@sakarya.edu.tr

Özet

Sağlık turizmi, normal olarak ikamet edilen yerden farklı bir ülkeye (veya bölgeye) tıbbi (ameliyatlar, diş/göz tedavileri, organ nakli, tanı hizmetleri, vb.) ve tıbbi olmayan (estetik operasyonları, sağlıklı yaşam ve zindelik - “wellness”-, üçüncü yaş bakım/televi) hizmetleri almak üzere yapılan seyahatleri ifade etmektedir. Yaşlı nüfusun artması, yaşam kalitesinin yükselmesi, sağlık maliyetlerinin artması, daha kaliteli ve ekonomik sağlık hizmeti veren ülkeleri ortaya çıkarmış ve sağlık turizmi sektörünün oluşmasına neden olmuştur. Maliyet avantajı, bekleme listeleri, uluslararası seyahatin daha kolay ve ekonomik hale gelmesi, sağlık hizmetlerinde pek çok ülkenin üst düzey teknoloji ve standartlarda sağlık hizmeti vermesi, sağlık turizminin dünyanın çok geniş bir bölgesine yayılmasını sağlamıştır.

Türkiye de, 2006 yılından itibaren Sağlıkta Dönüşüm Projesi çerçevesinde sağlık turizmi faaliyetlerine yer verilmiş, alt yapı oluşturulması için yol gösterici hedefler belirlenmiştir. Bu kapsamda Kamu-özel teşebbüs ortaklığı ile şehir hastaneleri yapılmasına başlanmıştır.

Bu çalışmada dünyadaki önemli sağlık turizm merkezleri ile Türkiye’nin sağlık turizm merkezi olabilecek sağlık kurumları, yerli yabancı literatür taraması ile incelenerek katkıları araştırılmıştır. Türkiye’nin Sağlık Turizminin durumu SWOT analizi ile (kuvvetli, zayıf yönleri, tehditleri ve fırsatları) araştırılacak, sağlık turizminde konumu güçlendirmek için Devlet kuruluşları ve karar alıcılar ile özel sektör ve uygulayıcılar için öneriler geliştirilecektir.

Anahtar kelimeler: Sağlık, Sağlık turizmi, SWOT analizi, Şehir hastaneleri.

HEALTH TOURISM AND CITY HOSPITALS IN TURKEY

Abstract

Health tourism can be used for medical (surgery, dental / eye treatments, organ transplantation, diagnostic services, etc.) and non-medical (aesthetic operations, healthy living and "wellness") to a different country (or region) third age care / treatment) services. The increase of the elderly population, the increase of the quality of life, the increase of the health costs, the emergence of the countries providing better quality and economic health services have led to the formation of the health tourism sector. The cost advantage, waiting lists, making international travel easier and more economical, providing health services in many countries with high technology and standards in health services has enabled health tourism to spread to a very wide area of the world. Since 2006, health tourism activities have been included in the framework of Health Transformation Project in Turkey and the targets for establishing the guiding infrastructure have been determined. Within this scope, the construction of city hospitals with public-private enterprise partnership have been started.

In this study, the important health tourism centers in the world and our health institutions, which may be our health tourism center, will be investigated by domestic and foreign literature survey and contributions will be researched. The Health tourism of Turkey will be investigated by SWOT analysis (strengths, weaknesses, threats and opportunities) and in order to reinforce the position in health tourism the proposals for government agencies, decision makers, private sector and practitioners will be developed.

Keywords: Health, Health tourism, SWOT analysis, City hospitals.,

1. GİRİŞ

Günümüzde parasal ve kitlesel bir olay haline gelen turizmin; yarattığı ekonomik ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde ve özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Ulusal ve uluslararası düzeyde kazandığı dev boyutlarla turizmin; yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz sağlayan, yeni istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, siyasal bakımdan da önemli toplumsal ve sosyal fonksiyonların gerçekleştirilmesini kolaylaştıran bir nitelik kazanması, ülkelerin dikkatinin bu ekonomik olay üzerinde yoğunlaşmasına neden olmuştur.

Dünya ülkeleri gelir ve istihdam yaratma açısından önemli etkilere sahip bu sektörü canlandırabilmek için yüksek miktarlarda harcama yapmaya başlamıştır (Yıldız ve Kalağan, 2005: 42). Bu noktada ülkemiz de sektörden yararlanıp ekonomisine katkı sağlamak amacıyla kendi yönünü belirlemeye başlamıştır.

Bu çalışmaların yanı sıra ulaştırma ve iletişim araçlarında sürekli gelişme ve artan refah seviyesi ile sektörün gelişmesini artarak sürdüreceği düşünülmektedir. Özellikle ulaşım kolaylıkları insanların gezip görme ve dinlenme, yani seyahat alışkanlıklarını hem değiştirmiş hem de artırmıştır. Bununla beraber gerek dünyada gerekse ülkemizde turizm denilince oluşan algı, değişmeye başlamış; alternatif turizm kolları hayat bulmuştur. Deniz, kum ve güneşe dayanan kıyı turizmi önemini devam ettirmekle birlikte son yıllarda turistik talepteki değişimler dikkat çekici bir boyut kazanmaktadır (Emekli, 2005: 101). İnsanlar sadece dinlenme amaçlı tatil yapmak yerine dinlenirken öğrenme, farklı kültürleri tanıma, geçmişin izlerine şahit olma ve tedavi olma gibi amaçlar taşımaktadırlar.

Türkiye’de turizm sektörünün yapısal değişimi ve gelişiminin hızlanması 1980’li yıllarda başlamıştır. Elde edilen ekonomik veriler, turizmin Türkiye ekonomisinde önemli bir yeri olduğunu göstermektedir. Uzun yıllar, kitle turizmi pazarına giremeyen Türkiye, son on yıldır bir yapı değişikliği içindedir. Yapı değişikliği, turizm sektörünün çalışma biçim ve koşullarının uluslararası standartlara uyum göstermeye başlaması biçimindedir.

2. YÖNTEM VE ARAŞTIRMA MODELİ

Bu çalışma uluslararası turizm hareketlerinde sağlık turizminin önemini ortaya çıkarmaya yönelik, nitel araştırma yöntemini esas alan, doküman incelemesi olarak yapılandırılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde turizm ve turist kavramı, turizmin özellikleri, turizm türleri, ikinci bölümde sağlık turizmi kavramı, sağlık turizminin çeşitleri, sağlık turizminin önemi üçüncü bölümde ise Türkiye’nin sağlık turizmi açısından diğer ülkelere göre güçlü, zayıf yönleri ve fırsatlar ve tehditler SWOT analizi yardımı ile değerlendirilecek, şehir hastaneleri ve son bölümde de sonuç ve öneriler tartışılmıştır.

3. TURİZİM VE SAĞLIK TURİZMİ İLE İLGİLİ TANIMLAR VE SINIFLANDIRMA

Turizmin tarihsel süreç içerisinde pek çok tanımı ve ifadesi vardır. Günümüzdeki tanımlarından birkaçını şöyle sıralamak mümkün: W. Hunziker’ in 1941 yılında yaptığı tanıma göre turizm; “para kazanma amacına dayanmayan ve devamlı kalış biçimine dönüşmemek kaydıyla, yabancıların bir yerde konaklamalarından ve bir yere seyahatlerinden doğan olay ve ilgilerin tümüdür” (Ürger, 1992: 10).

Mevzuatta yer aldığı şekli ile turizm; “yerleşmek niyeti olmaksızın hava tebdili yapmak, tedavi edilmek, eğlenip dinlenmek gibi maksatlarla kültür ya da sanat hareketleri nedeniyle toplu ya da tek olarak yapılan seyahatlerdir” (Özdemir, 1992: 19) şeklinde tanımlanmaktadır.

Turizm, çok boyutlu bir kavram olmakla beraber en genel tanımıyla insanların kültür, dinlenme, sağlık, spor, avlanma, gezme, kongre, diğer toplum ve toplulukları tanıma gibi amaçlarla buldukları yerlerden ayrılarak geçici süre ile yurt içi ve yurt dışı bölgelere gitmeleri olarak tanımlanabilir (Soykan, 2004: 6, Kahraman ve Turkay 2006: 1, Doğanay, 2001: 15, Özgüç, 2003:3).

Turizm bir hizmet sektörü olup turizmde üretilen mal ve hizmetler üretildikleri yerde tüketime sunulurlar. Turizm olayının öznesi insan, sektörün özne ise turisttir. Turizme katılıp ona yön veren

turist, yaşadığı yeri maddi kazanç dışı nedenler ile belli bir süre zarfında terk edip sınırlı harcama gücü ile gezip konaklayan ve tatmin arayan kişidir (Yağcı, 2003:12). Sağlık turizminde turistler de aşağıdaki şekilde sınıflandırılabilir.

- (1) Tatil ve tedavi amaçlı turistler: Bu turistler ziyaret ettikleri ülke ya da bölgeye tam anlamı ile tıbbi nedenlerle gitmezler. Ancak ziyaret ettikleri bölgede bazı rahatsızlıkları için tedavi olanakları olması tercih nedenidir.
- (2) Tatil yapan hastalar: Bu ziyaretçiler esasen bir bölgeye tedavi amaçlı giderler, ancak iyileştikten sonra ya da tedavi sonrası gittikleri bölgede tatil de yapan ziyaretçilerdir.
- (3) Yalnızca hastalar: Bu gruptaki medikal turistlerin bir bölgeye gidiş amaçları, tatil olmayıp yalnızca o bölgede tedavi olmak ya da operasyon geçirmektir.

3.1. Turizm Türleri

Turizmin çok kapsamlı ve birbirine yakın konulardan oluşmasından dolayı kesin bir ayırım yapmak imkânsızdır (Ünüsân ve Sezgin, 2005, 15). Bu çalışmada ise son zamanlarda önemi daha da artan turizm türleri incelenmiştir (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2014).

- (1) Sağlık turizmi: Tedavi amaçlı kaplıca veya diğer sağlık merkezlerine seyahat eden kişinin fiziksel iyilik halini geliştirmek amacıyla veya estetik cerrahi operasyonlar, organ nakli, diş tedavisi, fizik tedavi, rehabilitasyon vb. gereksinimi olanlarla birlikte uluslararası hasta potansiyelini kullanarak sağlık kuruluşlarının büyümesine olanak sağlayan bir turizm türüdür (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2014a).
- (2) Kış turizmi: Gelişen şehirler ve günlük hayatın temposundan yorulan kişiler bu ortamdan kurtulabilmek için yazın sahil beldelerine kışın ise dağlık ve kar yağışının bol olduğu yerleri tercih etmektedirler. Bu tercih sebebi ile kış turizmi ortaya çıkmış ve giderek gelişmiştir. Bu turizme ön ayak oluşturan çalışmalar, özellikle Orta ve Kuzey Avrupa ülkelerinde yapılmış, bunları Amerika, Kanada ve Japonya gibi ülkeler izlemiştir (Bulut,1999).
- (3) Yat turizmi: Bu turizmi cazip kılan ve gelişmesindeki en önemli faktör spor ve tatilin bir arada yapılabilir olmasıdır. Ülkemiz yat turizminde özellikle 1975 yılından itibaren büyük gelişmeler göstermiştir. Yat turizmi için çoğunlukla Ege ve Akdeniz sahilleri tercih edilmektedir (Bulut,1999).
- (4) Gençlik turizmi: Turizm hem seyahat hemde öğrenmeyi aynı anda sağlayan önemli bir etkinliktir. Bu sebeple gençlik turizmi önemi artan bir sektör halini almıştır. Gençlik kampları v.b. etkinlikler bu sektör içerisinde gösterilebilir (Turizm ve Kültür Bakanlığı-a, 2014).
- (5) Üçüncü yaş turizmi: Bilginin artması, teknoloji ve tıptaki ilerlemeler sayesinde insan ömrü ve 65 yaş üstü insan sayısının toplumdaki oranı yükselmiştir. Özellikle bol vakti olan emekli grubu yaşlı nüfusun dinlenip vakit geçirebileceği bir turizm ihtiyacı, özellikle kış aylarında otellerin doluluk kapasitelerinin azalması ile düşen fiyatlar bu turizmi cazip kılmaktadır.
- (6) İnanç turizmi: Belirli bir dine sahip kişilerin kutsal olarak kabul etmiş olduğu yerlere yapılan seyahatlerden oluşmaktadır.
- (7) Mağara turizmi: “Mağara cenneti ülke” durumunda olan yurdumuzda yaklaşık 40.000 mağara bulunmakta, mağara oluşumları bakımından önemli bir jeolojik-jeomorfolojik nitelik olan, turizm çeşitliliği açısından büyük öneme haiz, karstlaşma ülkemizde Batı ve Orta Toros Dağlarında yer almaktadır (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2014b).
- (8) Yayla turizmi: Doğayla iç içe yaşamayı sevenler veya macera tutkunlarının genellikle günübirlik kullanım veya kısa süreli konaklama amacıyla yüksek rakımlı yerlerde yaptıkları turizm faaliyetidir.
- (9) Botanik turizmi: Günü birlik yürüyüşler düzenleyerek ve çevreyi gezerek, doğayı tanımak, gördüğü bitkileri incelemek ve yeşilliğin içerisinde çok güzel vakit geçirmek isteyenler için çok ideal bir spordur.

(10) Dağcılık dağ turizmi: Doğayla baş başa kalmak ve onu tanıma amacıyla yapılan bir alternatif turizm biçimi olarak tarif edilmektedir.

(11) Rafting: “Raft” adı verilen botlarla akış hızı yüksek olan nehirler üzerinde yapılan bir spordur.

(12) Su altı dalış: Bu spor dalı profesyonel ekiplerle beraber belli bir eğitimden sonra dalış yapılarak su altı güzelliklerinin, batıkların v.b. keşfedilmesi görülmesinden oluşan bir turizm türü olarak ortaya çıkmıştır (Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2014b).

(13) İpek yolu: Coğrafi konumu nedeni ile ipek yolu üzerinde bulunan Türkiye Turizm Bakanlığı aracılığı ile kültürel mirasımız olan ve çoğu doğaya ve çevresel etkenlere yenik düşmüş bulunan hanların korunması, bir koruma-kullanma dengesi içinde yaşatılarak “Tarihi İpek Yolu”nun canlandırılması planlanmıştır.

3.1.1. Sağlık Turizmi

Dünya Sağlık Örgütü’nün tanımına göre “Sağlık; sadece hastalık ve sakatlık durumunun olmayışı değil, kişinin bedenini, ruhen ve sosyal yönden tam olarak iyilik halidir”. Sağlık turizmi ise bu tanıma paralel olarak temelde tıbbi ve tıbbi olmayan sağlık turizmi olarak iki farklı ana başlık altında incelenebilmektedir.

Sağlık turizmi, ikamet edilen bir yerden farklı bir ülkeye tıbbi (ameliyatlar, diş/göz tedavileri, organ nakli, tanı hizmetleri, vb.) ve tıbbi olmayan (estetik operasyonları, sağlıklı yaşam ve zindelik - “wellness”-, üçüncü yaş bakım/televizyon) hizmetleri almak üzere yapılan seyahatleri ifade etmektedir.

Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği turizmi, “Yabancıların seyahat ve geçici veya devamlı asli kazanç elde etme faaliyeti için yerleşmeye dönmeme koşuluyla, konaklamalarından doğan ilişkilerin ve olayların tümüdür” şeklinde tanımlamaktadır (Getz, 2008).

Kendi içinde eğitim, spor, kültür, din, eğlence, dinlenme, tarih vb. maksatlı sınıflara ayrılan turizmin bir türü de sağlık turizmidir. Sağlık turizmi “sağlıklı ve zinde kalmaya yönelik tüm çabaları”; bunun bir alt sınıfı olan medikal turizm ise “tıbbi müdahale ve tedavi maksatlı turizm” ifade etmektedir (Connell, 2006).

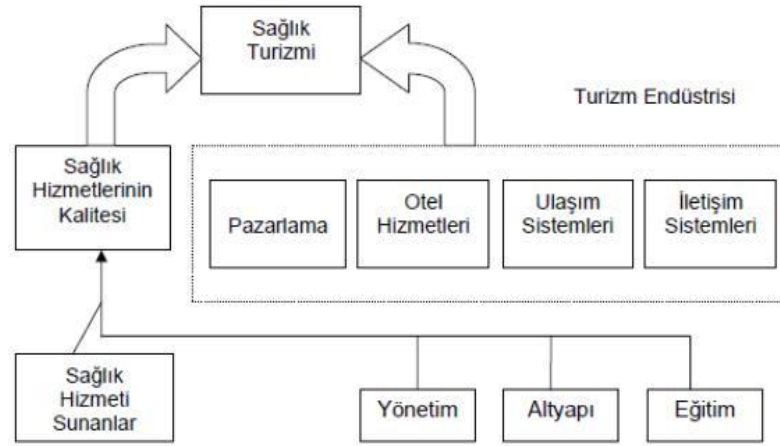
Türkiye, gerek coğrafi yapısı, iklimi, doğal zenginlikleri ve gerekse de göreceli olarak ucuz ve kaliteli sağlık hizmetleri ile pek çok ülke vatandaşının dikkatini çekmektedir.

Sağlık turistleri, tedavileri için ülke seçimini yaparken, düşük fiyat, yüksek kalitede sağlık bakım hizmetleri, ulaşım kolaylığı, ödeme kolaylığı ve problemsiz faturalandırma, mahremiyet ve benzeri yararları göz önünde bulundurmaktadırlar.

Sağlık turizmi, turizmin özel bir alt koludur. Konusu itibariyle diğer turizm alanlarından farklılaşan sağlık turizminin özelliklerini Özalp aşağıdaki şekilde beş madde altında özetlemiştir (Özalp 2005: 98):

- (1) Teknik donanım ve iş gücü gerektiren bir turizm türüdür,
- (2) Uluslararası standartlara uygun hizmet sunulması önem taşımaktadır,
- (3) Ortak yabancı dili bilen personelin mutlaka olması gerekmektedir,
- (4) Hasta ve refakatçileri için farklı turizm türlerinin geliştirilmesini destekleyen, katma değeri yüksek bir turizm türüdür,
- (5) Seçilmiş olan hedef pazara yönelik devlet destekli, farklı dillerde, tanıtım ve pazarlama faaliyetleri gerektirmektedir.

Şekil 1’de görüldüğü gibi sağlık turizmi endüstrisi yönetim, alt yapı, eğitim, pazarlama, otel hizmetleri, ulaşım ve iletişim sistemleri ile hizmet sunanları bakımından özeli arz eden bir sektör durumundadır. (Gonzales, Brenzel ve Sancho, 2001, s:46)



Şekil 1: Sağlık Turizmi Endüstrisi İşleyişi ve Girdileri

Sağlık turizmine katılanların tercihlerini etkileyen en önemli faktörler ise; hizmetin ödenebilirliği, hizmetin erişebilirliği, hizmetin ihtiyaca uygunluğu, bakım kalitesi, turizm unsuru, mahremiyet ve diğer yararlar olarak sıralanabilir (Yılmaz, 2010, s.30).

3.1.1.1. Sağlık Turizminin Faydaları ve Olumsuz Yönleri

Sağlık turizminin ülkelere sağladığı faydalar, somut ve soyut olarak incelenebilir. Somut faydalar arasında yabancı turistlerden kaynaklanan gelirlerin ülkelerin ekonomik refahına katkısı, ülkeler arasındaki bilgi paylaşımını artırması ve stratejik ortaklıkların gelişmesi, ülkeler arasında teknoloji ve bilgi transferine katkı sağlaması, yabancı hastalara uluslararası rekabet nedeniyle sunulan fırsatların kendi ülkelerindeki hastalara da daha iyi hizmet sunulmasına yol açması sayılabilir.

Soyut faydaları ise sosyal ve kültürel deneyimlerin paylaşılması, uluslararası ilişkilerin gelişmesine katkı sağlaması, global pazarlama ve tıbbi ticaretin gelişmesi, sağlık bakım hizmeti sunduğu imajını kazandırması, rekabet avantajı sağlaması, sağlık alanında kamu ve özel ortaklığını güçlendirmesi ve birçok açıdan hasta memnuniyetini artırması olarak sıralanabilir.

Sağlık turizminin faydaları yanında olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Bazı hükümetler ve sağlık sigortaları, yurt dışından alınan sağlık hizmetlerini ödemediğinden hastalar aldıkları hizmetin bedelini cepten ödemektedir. Hasta genelde operasyondan birkaç gün sonra ülkesine döndüğünden ortaya çıkan yan etki, komplikasyon veya ameliyat sonrası bakım ihtiyacı, hastanın kendi ülkesinde giderilmektedir. Birçok ülkenin malpraktis konusunda yeterli yasası olmadığından yanlış tedavi durumunda yerel mahkemelerden yeterince yardım alınamamaktadır (Annette ve Arellano,2007).

Sağlık turizminde nitelikli sağlık hizmeti için, etik değerler içerisinde sağlık hizmeti, fiziki ve ekonomik açıdan kolay ulaşılabilir sağlık hizmeti, sağlık hizmeti alanlar ile sağlık hizmet sunucuları arasında kültürel iletişim, fiziki standartlar, yeterli tıbbi teknoloji, ulaşım ve transfer standartları, personel standardı ve sağlık sigortasından yararlanma gibi avantajlar bir araya getirmelidir.

Sağlık turizmi sektöründe politika belirleyen veya çalışan ve halen bu alanda görev yapan ve hizmet veren kurum ve kuruluşlar; Resmi kurum ve kuruluşlar, Sivil toplum kuruluşları (Dernek, Vakıf, Birlik v.b) Sağlık turizmi hizmet sunumunda paydaşlar olarak sınıflandırılabilir (TÜRSAB, 2016).

3.1.2. Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilirlik; bugünün ihtiyaçlarını karşılarken doğal kaynakları korumak ve gelecek nesillere iyi bir çevre bırakmak için yapılan faaliyetlerdir (Collin, 2004).

Sürdürülebilir turizm; “kültürel bütünlüğü, temel ekolojik süreçleri, biyolojik çeşitlilik ve yaşam destek sistemlerini korurken aynı zamanda ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçları da sağlayabilecek şekilde tüm kaynakların yönetimi olarak öngörülmüştür” şeklinde tanımlanmıştır (WTO, 2009).

Turizm açısından sürdürülebilirlik kavramı, turizmin kaynağı olan doğal, tarihi, kültürel, sosyal ve estetik değerlerin korunup geliştirilerek çekiciliklerinin devamının sağlanmasını ifade etmektedir. Sürdürülebilir turizm; yeni faaliyetlerin ve gelişmelerin çevresel etkilerinin etkili kullanımı olarak da ifade edilebilmektedir (Kurter ve Ünal, 2009).

Merkezi ve yerel yönetimler, meslek örgütleri ve işletmeler, eğitim kurumları ve yerel halk, ülkemizin doğal, tarihi ve kültürel kaynaklarının potansiyelinin devam ettirilmesi ve dünya turizminde mevcut olan pazarının korunabilmesi amacıyla turizmin sadece sayısal talep boyutunu değil, doğal ve kültürel çevreye duyarlı, yerel halk ve turistlerin davranış ve beklentilerini de anlamaya çalışan bir anlayış ortaya koyarak turizmi sürdürülebilir kılacaktır.

4. TÜRKİYE’NİN SAĞLIK TURİZMİ POTANSİYELİNİN SWOT ANALİZİ

SWOT analizi, bir projede ya da ticari girişimde kurumun, tekniğin, sürecin, durumun veya kişinin güçlü (Strengths) ve zayıf (Weaknesses) yönlerini tespit etmek, iç ve dış çevreden kaynaklanan fırsat (Opportunities) ve tehditleri (Threats) belirlemek için kullanılan stratejik bir tekniktir.

SWOT Analizinde amacımız; iç ve dış etkenleri dikkate alarak, var olan güçlü yönlerimizden ve fırsatlardan en üst düzeyde yararlanacak, tehditlerin ve zayıf yanlarımızın etkisini en aza indirecek plan ve stratejiler geliştirmektir.

Sağlık kurumlarının iç ve dış çevresi sürekli bir değişim içinde olduklarından dinamik ve değişken çevrede yaşamlarını devam ettirebilmeleri ve uzun dönemli hedeflerini gerçekleştirebilmeleri, karşılıklı çıkan tehditlerden etkilenmemeleri ve fırsatları maksimum düzeyde değerlendirebilmelerine bağlıdır.

Tablo1’deki veriler incelendiğinde 2003 yılında Türkiye’de turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 3,9 ve ihracata oranı 21,3; 2015 yılında 6,2 ve 21,9 olduğu görülmektedir. Ancak 2016 yılında sınırlarımızda seyreden savaş ve terör olaylarından kaynaklanan geçici düşüşler tespit edilmiştir.

Yapılan literatür taramaları sonucu elde edilen verilere dayalı SWOT analizi ile Türkiye’deki sağlık turizm potansiyeli incelenerek aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1: Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı ve İhracata Oranı

Yıllar	1973	1983	1993	2003	2013	2015	2016
Turizm Gelirlerinin GSMH’deki Payı	0,8	0,8	2,2	4,5	3,9	6,2	2,6
Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı	13	7,2	25,8	28,2	21,3	21,9	15,5

4.1. Türkiye Turizminin Güçlü Yönleri

Türkiye’nin, yaşlı ve engelli turizmi ile termal-SPA turizmi konularında doğal kaynakları sayesinde önemli fırsatları olan, aynı zamanda görece ucuz iş gücü imkânlarını da bünyesinde barındıran bir ülke olması,.

Hazırlanan Sağlık Turizmi Rehberi’nin (Turkey Health Guide) Türkiye’nin sağlık turizmi alanındaki potansiyelinin yurtdışında tanıtımı konusunda önemli bir araç olarak kullanılması (Türkiye Sağlık Turizmi Rehberi, 2014),

Türkiye’de “www.turkeyhealthguide.com” internet sitesinin Türkiye’nin sağlık turizmi alanındaki potansiyelinin yurtdışında tanıtımı konusunda kullanılması,

Tesislerin sayı bakımından arttırılması, hizmetlerin kalite ve sayısının iyileştirilmesi, yurt dışında doğru şekilde tanıtılması ve sigorta anlaşmalarının yapılması ile yaşlı ve engelli turizmde büyük atılımların gerçekleştirilmesine imkan sağlanması,

Ülkemizde sağlıkta dönüşüm programı ile sağlık turizmi devlet tarafından desteklenerek sağlık turizmi alanında faaliyet gösteren işletmelere vergi indirimi getirilmesi ve faaliyetlerin teşvik edilmesi,

Sağlık kurumlarının uluslararası akreditasyona olan ilgisi ve yüksek sayıda akredite kuruluş sayısı ile yüksek standardizasyon seviyesi kazanılması,

Yurt dışında düzenlenen fuar, kongre, konferans, sponsorluk, reklam, pazarlama, tanıtım, danışmanlık, katılım ve organizasyon giderlerinde Devlet desteği ile gelişmiş ülkelere göre sağlık hizmetlerinde maliyet avantajı,

Turistik fırsatların fazla olması, sağlık amaçlı turizm ile eğlence, dinlenme amaçlı turizmin birleştirilebilme imkânı,

Yakın kültürler ve komşu ülkelerdeki yüksek sağlık hizmet kalitesi algısı, ülke içerisindeki politik ve ekonomik istikrar sağlanması,

Türkiye'nin sağlık alanında üstün teknolojisi ve nitelikli insan gücü, kaliteli ve ucuz sağlık hizmeti ile dünyanın önde gelen ülkeleri arasında sayılması,

Türkiye'de sağlık hizmetleri talebini olumlu yönde etkileyecek özellikle bazı ülkelerde bulunmayan turizm çeşitleri olması (özellikle ipek yolu turizmi, yayla turizmi, inanç turizmi, rafting turizmi, doğa turizmi, sağlık-kaplıca turizmi vs.) (Sağlık Bakanlığı, 2013),

Türkiye'nin genel olarak hizmet sektöründe iyi konumda olması ve hizmet sektörünün sağlık turizmine olumlu etkisinin yüksek olması,

Sağlık Bakanlığı Sağlık Turizmi Dairesi Başkanlığı'nda 112 acil durumları ve 184 şikayet hattı için 7/24 Arapça, İngilizce, Almanca ve Rusça dilinde tercümanlık hizmeti veriliyor olması gücü yönler olarak belirlenmiştir.

4.2. Türkiye Turizminin Zayıf Yönleri (Türkiye Medikal Turizm Raporu, 2013):

Yetersiz pazarlama, reklâm ve iletişim sebebi ile özellikle Avrupa ülkelerinde yaşayan vatandaşlarımıza ülkemizin sağlık imkânlarının iyi tanıtılamaması,

Sağlık turizmi alanında bir kayıt altına alma ve denetleme sisteminin ve süreçlerin işlerliğinin yetersizliği, sağlık kuruluşlarının Sağlık Bakanlığı ile veri ve bilgi paylaşımında istenilen özen, hız ve işbirliği içerisinde olmaması,

Sağlık turizmde belirli branşlarda uzmanlaşma noksanlığı, Devlet desteğinin yurt dışından gelen sağlık turistleri tarafından iyi anlaşılmamış olması,

Küresel olarak söz sahibi olabilecek hastane zinciri sayısının az olması zayıf yönleri olarak belirlenmiştir.

4.3. Türkiye Turizmine Yönelik Tehditler

Çevre ülkelerde yaşanan siyasal istikrarsızlık ve bunun Türkiye'ye muhtemel yansımaları,

Batı ülkelerinde yaşam süresinin uzaması ve yaşlı nüfusun artması ile aşırı doktor talebi ve bu talebin cazip gelmesi,

Fiziksel ve kültürel mesafeden dolayı bölgesel sağlık turizmi ülkelerinin tercih edilmesi sebebiyle uzak ülkelerden gelebilecek potansiyel müşteri tabanının daralması,

Turizm özelliği ağır basan sağlık turizmi faaliyetlerinin küresel krizlerden kolaylıkla etkilenmesi,

Uluslararası eğitim görmüş sağlık personeline yatırım yapan ve pazarlamada bu özelliğe önem veren ülkelerin varlığı sağlık turizmi açısından tehdit olarak değerlendirilmektedir.

4.4. Türkiye Turizminin Fırsatları

Gelişen teknoloji ve iletişim imkânları ile diğer ülkelerdeki sağlık kuruluşları ve hizmetleri hakkında bilgi sahibi olmadaki kolaylık ve maliyet azlığı,

Türkiye'nin uluslararası arenada artan gücü ve buna paralel oluşan olumlu algısı, sağlık hizmetleri ihracatına destek verilmesi, %50 vergi muafiyetinin yasalaşması,

Coğrafi ve sosyo-politik konumunun birçok ülke vatandaşının sağlık hizmetini Türkiye'den alması için tercih nedeni olması,

Türkiye de sağlık turizmi ile ilgili birçok yasanın düzenlenmeye başlanması, sağlık turizminin Sağlık Bakanlığının stratejik eylem planında ve Türkiye'nin onuncu kalkınma planında ayrıntılı olarak yer alması,

Avrupa'daki 5 milyon Türk ile 20 milyon göçmen Müslüman nüfus ve Türki Cumhuriyetlerle olan tarihi, dinsel ve kültürel bağların kullanılmasının öncelik kapsamına alınması (Sağlık Bakanlığı, 2013),

Küreselleşmenin hızlanması, internet'in gelişmesi, gelişmiş ülkelerdeki sağlık hizmetleri harcamalarının yükselmesi, havayolu ulaşımındaki gelişmeler ve masrafların düşmesi,

Estetik, diş ve göz operasyonlarına olan talebin artışı, gelişmiş ülkelerdeki kısıtlı sigorta kapsamaları,

Türkiye'de konaklama tesisleri içerisinde sağlık kuruluşu açmaya imkan veren yeni yönetmelik ve bu alanda artan devlet desteği,

Jeopolitik, ekonomik, politik, demografik, sosyal/kültürel, teknolojik çevrenin sağlık kurumu seçiminde etkili olması,

Hastanın güvenliği, fiziksel ve kültürel mesafe, konuşulan dil, kalite, tesisin güvenilirliği, genel hijyen seviyesi, vize gereklilikleri, sigorta acenteleri desteği konularının tesis seçiminde etkin olması, (Cohen, 2012; Glinos, vd, 2006; Kalshetti ve Pillai, 2008; Kumar vd., 2012) fırsatlar olarak değerlendirilmektedir.

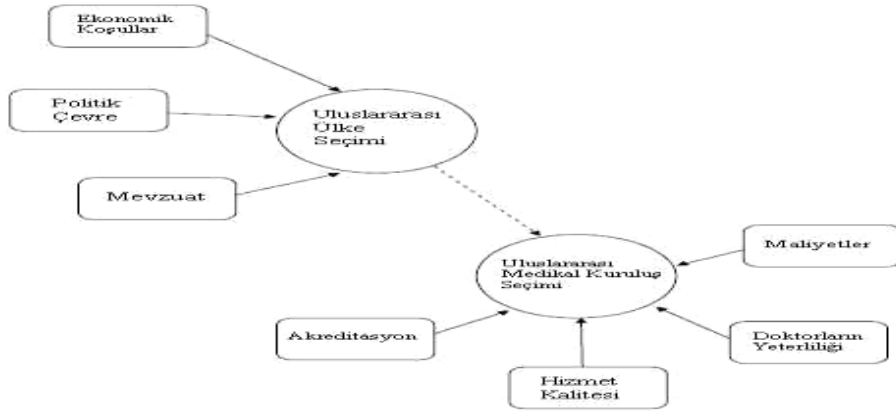
5. ŞEHİR HASTANELERİ

Bir şehirde, pazarlanma faaliyetlerine önem verilmesinde turist açısından dört temel neden vardır; yatırımcıların, sanayinin, yeni yerleşimcilerin ilgisini çekmek ve mevcut yerleşimcileri etkilemek (Karmowska, 2003, s.139).

Tüm dünyada ve özellikle Avrupa'da şehir pazarlaması ve markalaşan şehir kavramlarına yönelik çok sayıda sosyal uygulama projesi yürütülmekte ve projelerin sayısında önemli bir artış olduğu görülmektedir (Altunbaş, 2007: 157).

Şekil 3'de sağlık turizmin alanında uluslararası ülke seçiminde, ekonomik koşullar, politik çevre ve mevzuat; medikal kuruluş seçiminde ise maliyet, doktorların yeterliliği, hizmet kalitesi ve akreditasyon gibi kriterlerin dikkate alındığı görülmektedir (Ricafort, 2011).

Tablo 2'de Türkiye'ye yabancı bir ülkeden gelen ve sağlık hizmeti alan uluslararası hastaların en çok tercih ettiği ilin Antalya olduğu, diğer illerin ise sırasıyla İstanbul, Ankara, Kocaeli, İzmir, Muğla, Aydın, Karaman, Adana ve Sakarya olduğu gözlemlenmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2013).



Şekil 3: Uluslararası Ülke ve Medikal Kuruluş Seçme Kriterleri

Zengingönül ve arkadaşları tarafından yapılan bir çalışmada İstanbul'un sağlık turizminde tercih edilmesinde birinci sırada Türk doktor ve sağlık personeline güven (% 45,9), ikinci sırada tedavi masraflarının düşük oluşu (%40,32), İstanbul'un sağlık turizmi için seçilmesindeki en büyük etken olan turistik olması ise (%32,26) üçüncü sırada bulunmaktadır (Zengingönül, Emeç, İyilikçi ve Bingöl, 2012).

Rekabetin küresel bir boyut aldığı günümüzde artık sadece ticari malların rekabetinden bahsedilmemekte, bu küresel rekabet ortamında, şehirler özelinde, diğer çok sayıda şehir arasından sıyrılmak isteyen yöneticiler pazarlama yaklaşımına yönelmektedir. Pazarlama felsefesini yönetsel bir yaklaşım olarak kabul eden şehirlerin uygulamaya yöneldikleri en önemli araçlardan biri de şehirlerine bir marka değeri kazandırmaktır. Örneğin, Malatya İnönü Üniversitesi'nde 2011 yılında dünyanın ilk ve tek karaciğer nakli enstitüsü kurulmuş ve bu sayede yerli ve yabancı turist tarafından tercih edilir olmuştur.

Tablo 2: Uluslararası Hastaların En Fazla Tercih Ettikleri İlk 10 İl, 2012

İller	Sayı	İller	Sayı
Antalya	87.167	Muğla	13.183
İstanbul	68.842	Aydın	7.128
Ankara	18.926	Karaman	4.590
Kocaeli	14.101	Adana	4.031
İzmir	13.925	Sakarya	3.493

Türkiye'de 25 ilde kurulacak Şehir Hastaneleri ile yatak sayısının 43 bin 200 adet artacağı ileri sürülmektedir. Bu modelle yapılacak olan hastanelerin hasta yatak odaları, içerisinde lavabo, duş ve tuvalet barındıran bir veya iki yataklı olacak şekilde, "beş yıldızlı otel" ayarında, planlanmıştır.

Sunulacak hizmetlerin arasında klinik otel, konukevi, anne evi, yürüyen bantlı koridorlar ve helikopter pistleri, elektrikle çalışan hasta arabaları, PTT hizmetler, banka ATM'leri, yaşlı bakımevleri, farklı dinlere mensup vatandaşlara ibadet alanları ve yeraltı otoparkları sağlanması ile sağlık turizmine cazibe kazandıracağı düşünülmektedir (Sözer, 2014).

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

İstatistikî verilerin ve kaynakların değerlendirilmeleri sonucunda elde edilen bilgiler aşağıda sunulmuştur:

Yakın zamana kadar turistlerin yaptıkları seyahatlerin ana maksadını yeni yerler görmek, doğal güzelliklerini gezmek, denize girmek v.b. gibi faktörler oluşturmuştur. Ancak günümüzde bunların yerini hastalıkların tedavilerinin yapılması, iklim ve hava şartlarından, o ülkenin sağlık konusundaki yeraltı kaynakları ve teknolojilerinden faydalanılması, iyileşmek, daha zinde ve sağlıklı bir yaşam sürmek amacı almıştır.

Turizm sektöründeki bu amaç değişikliğinin sebeplerinin başında artan ileri yaş nüfusu ve bazı hastalıkların iyileşme süreçlerinde belli yörelerdeki faktörlerin çözüm olması ile tedavi giderlerindeki artış gelmektedir.

Türkiye'nin bu rekabet ortamında güçlü ve zayıf yönleri olduğu SWOT analizleri ile de belirlenmiştir.

Sağlık turizmi sektörü ülkemiz için daha çok yeni bir konu olması sebebi ile gereken ilginin gösterilmemesi sonucu kayıt ve denetim sisteminin var olmayışı yüzünden işlerliğinin azaldığı ve standart oluşturulamadığı görülmektedir.

Termal turizm açısından birçok zengin kaplıca ve ılıcalarımız bulunmakta olup mineraller açısından zengin kürlerin yapılabileceği birçok imkâna sahip olunmasına rağmen tesis ve altyapının yetersiz olduğu görülmektedir.

Özel sektör hastanelerinde yeterli miktarda olan yabancı dil bilen personel sayısının kamu hastanelerinde yetersiz sayıda olduğu ve Kamu hastanelerinde çalışan personelin yabancı dil öğrenmesi için tevsik edici uygulamalar yapılması ve kurslar açılmasının daha fazla turisti cezp edeceği düşünülmektedir.

Son olarak uluslararası standartları esas alarak akreditasyon yapacak kuruluşların bulunmamasının büyük bir eksiklik olduğu değerlendirilmektedir.

Türkiye'nin sağlık turizmi alanında yerini iyileştirmesi için karar alıcılar ve uygulayıcıların yapabilecekleri ile ilgili öneriler aşağıda özetlenmiştir:

6.1. Devlet Kuruluşları ve Karar Alıcılar (Politika Oluşturucular)

- (1) Turistler için ülkeye girişi kolaylaştırıcı maddi ve manevi destekler oluşturmak,
- (2) Sağlık kurumlarına erişimi kolaylaştıracak altyapı yatırımlarını gerçekleştirmek
- (3) İlgili devlet ve özel sektör kuruluşları arasında işbirliğini sağlamak,
- (4) Sağlık turizminde belirli alanlarda uzmanlaşmayı sağlamak amacıyla önceliklendirme yapmak ve ilgili yatırım faaliyetlerine sübvansiyonlar uygulamak,
- (5) Sağlık turizmi alanında kaynak ülkelerle devletlerarası ikili anlaşmalar yapmak,
- (6) Sağlık kurumlarında malpraktis kanunlarının uluslararası standartlara uygun şekilde uygulanmasını sağlamak,
- (7) Sağlık personelinin uluslararası eğitim ve tecrübe kazanmasını özendirmek,
- (8) Uluslararası geçerliliği olan sağlık sigortalarının dünya genelinde kullanımını özendirmek ve ülke içerisinde bu sigortaların geçerliliğini sağlamak,

6.2. Özel Sektör ve Uygulayıcılar

- (1) Sağlık turistlerinin devlet kuruluşlarının verdiği destekten bilgi sahibi olmalarını sağlamak,
- (2) Kurumların internet vb. kanallar üzerinden erişilebilirliklerini kolaylaştırmak,
- (3) Devlet kurumlarıyla işbirliğini talep etmek; politikalar belirlenirken sektörün problemlerini ve çözüm önerilerini dile getirmek,

- (4) Uluslararası sertifikasyonlarla standartlara uygun kurumlar haline gelmek,
- (5) Uluslararası kuruluşlar ile işbirliği ve ikili anlaşmalar yaparak uzmanlık alanına uygun ziyaretçiler çekebilmek,
- (6) Gelişmiş ülkelerle maliyet farklılıklarının vurgulanması ve kalite belgelerinin de kullanımıyla değer pazarlamasının uygulanması,
- (7) Yakın kültürlere odaklanarak Ortadoğu coğrafyasını kaynak ülke bağlamında daha etkin kullanmak,
- (8) Sağlık personelinin hastalarla iletişimine destek olabilecek personel bulundurmak suretiyle ülkemizin uluslararası sağlık turizmi alanında sürdürülebilir ve rekabet edilebilir bir seviyeyi yakalaması mümkün olabilir.

KAYNAKÇA

- Altunbaş, H. (2007). "Pazarlama İletişimi ve Şehir Pazarlaması "Şehirlerin Markalaşması", *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, Cilt 4, Sayı 4, s. 156-162.
- Annette, B., de Arellano, R. (2007). Patients without borders: the emergence of medical tourism. *International Journal of Health Services*, 37(1):193-8.
- Bulut, E. (1999). *Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri*, <http://www.ekitapyayin.com.id/025/04> (Erişim Tarihi: 4 Mayıs 2010).
- Cohen, E. (2012). Medical Travel and the Quality-of-Life. (M. Uysal, R. R. Perdue, & M. J. Sirgy (Eds.). *Handbook of Tourism and Quality-of-Life Research: Enhancing the Lives of Tourists and Residents of Host Communities* (s: 169–191). Springer Science+Business Media B.V.
- Collin, P.H. (2004). *Dictionary of environment & ecology*. EISBN-13: 978-1-4081-0222-0, 265 s, Bloomsbury publishing plc, London.
- Connell, J. (2006). Medical Tourism: Sea, Sun, Sand and... Surgery. *Tourism Management*, 27, 1093-1100.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Konya: Çizgi Kitabevi ve Otelcilik Yüksekokulu.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm, *Ege Coğrafya Dergisi*, 14:99-107.
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3):403-28.
- Glinos, I., Baeten, R. ve Boffin, N. (2006). Cross-border contracted care in Belgian hospitals. In M. Rosenmöller, R. Baeten, & M. McKee (Eds.), *Patient Mobility in the European Union: Learning from Experience*. Denmark: European Observatory on Health Systems and Policies.
- Gonzales, A., Brenzel, L., Sancho, J. (2001). Health Tourism and Related Services, Caribbean Development and International Trade. Final Report. (Web: (http://www.crn.org/index.php?option=com_docman&Itemid=85).
- Kahraman N., Türkay, O. (2006). *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kalshetti, P., ve Pillai, D. (2008). *Tourism Products Development and Management*. Medical Tourism-A Shifting Paradigm.
- Karmowska, J. (2003). "Cultural Heritage as an Element of Marketing Strategy in European Historic Cities", Proceedings of the 5th European Commission.
- Kumar, S., Breuing, R. ve Chahal, R. (2012). Globalization of Health Care Delivery in the United States through Medical Tourism. *Journal of Health Communication*, DOI: 10.1080/10810730.2011.585699, 17(2): 177–198.
- Kurter, N., ve Ünal, E.H. (2009). Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri, *Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi Dergisi*, 9 (2): 146-156.
- Özalp, G. (2005). Sağlık Turizmi, *Hastane Dergisi*, Sayı: 7, Ankara.
- Özdemir, M. (1992). *Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri*, Ankara.
- Özgüç, N. (2003). *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler*, İstanbul: Çantay Kitabevi.

- Ricafort, K.M.F. (2011). “A Study Of Influencing Factors That Lead Medical Tourists To Choose Thailand Hospitals As Medical Tourism Destination”, Master Thesis, School of Business and Technology of Webster University, Thailand.
- Sağlık Bakanlığı (2012). Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Sağlık Turizmi Daire Başkanlığı, Ankara.
- Soykan, F. (2004). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12):1–11.
- Sözer, A.N. (2014). Sağlıkta Yeniden Yapılanmanın (Özelleştirmenin) Devamı Olarak Şehir Hastahaneleri, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Cilt: 15, Özel S., s.215-253.
- T.C.Sağlık Bakanlığı, (2013). Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu,<http://www.saglik.gov.tr/SaglikTurizmi/belge/1-24604/turkiye-medikal-turizm-degerlendirme-raporu-2013.html> (Erişim Tarihi: 14.04.2014)
- Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB), (2016). *Turizmin Ekonomideki Yeri*, İstanbul.
- Ünusan, Ç. ve Mete, S. (2005). *Turizm Strateji Eksenli Pazarlama İletişimi*, Nüve Kültür Merkezi Yayınları, Konya.
- Ürger, S. (1992). *Genel Turizm Bilgisi*, Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği.
- Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Yılmaz, C. (2010). Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Medikal Turizm Araştırması, <http://tuyev.org/yayinlarimiz/SB.pdf>, (Erişim Tarihi:19.07.2012).
- Yıldız, Z. ve Kalağan, G. (2005). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri, *Yerel Siyaset Dergisi*, <http://www.yerelsiyaset.com/pdf/kasim2008/9.pdf> adresinden 17.12.2012 tarihinde alınmıştır.

İnternet Kaynakçası:

- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014a), Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü <http://www.ktbayatirimisletmeler.gov.tr/TR,11478/dunyada-saglik-vetermal-turizm.html> (Erişim Tarihi: 14.04.2014)
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2014b), www.kultur.gov.tr (Erişim Tarihi: 28.06.2014)
- Türkiye Sağlık Turizmi Rehberi (2014). İndirilme Tarihi: 24.02.2014, <http://www.turkiyesaglikturizmirehberi.com/>
- World Tourism Organisation, (2009). WTO-UNEP concept paper. International year of ecotourism 2002, Web Sitesi: www.world-tourism.org, Erişim Tarihi: 10.03.2009.
- Zengingönül, O., Emeç, H., İyilikçi, D.E. ve Bingöl, P. (2012). Sağlık Turizmi: İstanbul’a Yönelik Bir Değerlendirme, Ekonomistler Platformu Derneği, İstanbul http://www.ekonomistler.org.tr/wpcontent/uploads/2012/0/saglik_turizmi_rapor.pdf, (Son Erişim Tarihi: 30.07.2012).

TURİSTİK MERKEZLERDE TOPLUMSAL TAŞIMA KAPASİTESİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ
Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
csecilmis@ogu.edu.tr

Öğr. Gör. İlker KILIÇ
Bozok Üniversitesi, Akdağmadeni MYO
ilkerkilic@windowslive.com

Selda YORDAM
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
seldayordam@gmail.com

Esra KARAMA AHMUROĞLU
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
esrakmoglu@yahoo.com

Özet

Bu çalışmada, toplumsal taşıma kapasitesi üzerinde durularak turizmin sosyo-kültürel etkileri açıklanmış ve popüler bir turistik merkez haline gelen Eskişehir'in sosyal taşıma kapasitesi ile ilgili analizler yapılmıştır. Yerel halkın turizme yönelik düşünceleri, turizmle oluşan yerel halk ve ziyaretçiler arası ilişkinin, sosyo-kültürel yapıya etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın amacı, taşıma kapasitesi sınırlarının aşılmış aşılmadığı konusunu Eskişehir'de toplumsal boyut açısından ele almaktır. Bu amaç doğrultusunda, turizmin toplumsal etkileri, yerel halkın tutumları ile ilgili kaynak taraması yapılmış ve veri toplama aracı olarak, turizmin sosyo-kültürel etkilerine ilişkin yerel halkın tutumlarına ölçen mevcut bir anket kullanılmıştır. Araştırmada yerel halktan 277 kişiye ulaşılmıştır. Araştırma sonuçları, frekans dağılımı ve çapraz tablolar ile değerlendirilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgularda, Eskişehir'in sosyal taşıma kapasitesinin aşılmadığı, yerel halkın turizmin gelişmesiyle beraber olumlu düşünceler içinde olduğu belirlenmiştir. Ortaya çıkan sonuçların olumlu olmasının Eskişehir turizminin sürdürülebilirliğine olumlu bir katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Turizmde Taşıma kapasitesi, Toplumsal Taşıma Kapasitesi.

SOCIAL CARRYING CAPACITY IN TOURISTIC CENTERS: EXAMPLE OF ESKİSEHIR

Abstract

In this study, socio-cultural effects of tourism are explained by focusing on social carrying capacity and analyzes related with social carrying capacity of Eskişehir, which has become a popular touristic destination, have made. The effect of the influence of the local people on tourism-oriented thoughts, the relationship with locals and visitors by tourism to socio-cultural structure has been tried to be determined. The aim of the research is to examine the issue of whether the limits of carrying capacity are exceeded in terms of social dimension in Eskişehir. The attitudes of the local people, the social effects of tourism-related resource survey was carried out in accordance with this purpose and an existing questionnaire measuring the attitudes of the local people regarding the socio-cultural effects of tourism was used as a data collection tool. 277 people have been reached from the local population in research. The results of the research were evaluated by frequency distribution and cross tables. It was determined that the social carrying capacity of Eskişehir was not exceeded and the local people were in positive thoughts within their tourism development. It is thought that the positive results will contribute positively to sustainability of Eskişehir tourism.

Keywords: Sustainable Tourism, Carrying Capacity in Tourism, Social Carrying Capacity.

1. GİRİŞ

Her turizm bölgesi için gelişme arzu edilmekte ve devamlı olması istenmektedir. Turizm faaliyetlerinin ülke ekonomilerinde belirgin etkileri görülmektedir. Bunun yanında sosyal etkileri, toplumsal yapıya etkileri, aile içi ve kişiler arası ilişkilere etkisi de gözlemlenmektedir. Turistler gittikleri yerdeki insanlar ile iletişime geçmekte, sosyal ilişkiler kurmakta, kültürel bir alışveriş içinde olmaktadır. Bu da turizmin ekonomik boyutu dışındaki sosyal boyutunu ortaya koymaktadır (Gürbüz, 2012). Farklı sosyo- kültürel yapıya sahip toplumlar arasındaki etkileşim sonucunda ise sosyal yapı içinde bazı değişimler gözlemlenmektedir (Berber, 2003). Turizmin yerli halk üzerinde sosyal etkilerini görebilmek için araştırmalar yapılmaktadır. Araştırma sonuçları turizm politikasına yön verilmesinde ve alınacak kararlarda etkilidir. Yerel halkın turizmi algılaması ve tutumları o bölgede turizmin gelişebilmesi ve sürdürülebilir olması için iyi planlanmalıdır (Brunt ve Courtney, 1999).

Eskişehir sahip olduğu tarihi ve doğal güzelliği, kültür ve sanat faaliyetlerinin yoğunluğu, eğlence hayatının dinamikliği ve tematik parkların çeşitliliğiyle Türkiye'nin en çok ziyaret edilen ve ziyaret edilmek istenilen şehirlerinden birisidir. Eskişehir Türkiye'nin marka şehirlerinden birisidir. Tarihi Odun pazarı bölgesi, Frig vadisi, Yunus Emre ve Seyit Battal Gazi Türbesi, Sazova Parkı, Adalar bölgesi, Lületaşı ve Balmumu müzeleri en çok ziyaretçi çeken yerlerdir.

2000 yılında Eskişehir'de 300 oda ve 6 otel faaliyette iken, yürütülen başarılı faaliyetler sonucunda 2015 yılında oda sayısı 1800'e çıkmıştır. 2001 yılında 40 bin 856 yerli turist şehri ziyaret ederken, 2015 yılında bu sayı 217 bin 539 kişiye ulaşmıştır. 2016 yılında 302 bin 249 yerli ve yabancı turist giriş yapmış ve 512 bin 619 konaklama gerçekleştirilmiştir.(Eskişehir Belediyesi, 2017).

Şehirde hızla gelişen turizmin yerel halkın yaşam standartları üzerindeki etkisi araştırılmaya değerdir. Her geçen gün artan ziyaretçi sayısının yerel halk üzerinde olumlu ve olumsuz birçok etkisi olmaktadır. Çalışmada; Eskişehir halkının turistlere olan bakış açısı, kurdukları iletişimin boyutu, turizmin yerel halkın aile ve sosyal yaşamına etkileri ve sosyal taşıma kapasitesinin boyutlarının ortaya çıkarılması hedeflenmektedir. Çalışma sonucunda elde edilen bulguların, Eskişehir turizminin bölge halkı ve turistler için sürdürülebilir seviyede gelişmesine katkıda bulunması hedeflenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünyanın güncel en büyük problemleri arasında, küreselleşme ve sürdürülebilirlik ön plana çıkmaktadır. Bunlar arasında turizm için en önemli olanı sürdürülebilirliktir. Sürdürülebilirlik kavramı, insanın istek ve ihtiyaçlarının yetersiz olmasından dolayı tarım, şehir, teknoloji ve turizm gibi birçok alanda ortaya çıkmaktadır. Sürdürülebilirlik, her alan içerisinde kendine özgü boyutları olmasına rağmen, temelde insanın geleceğinin korunmasını ve mevcut kaynakların tüketimini dengelemeyi hedeflemektedir (Beyhan ve Ünüğür, 2010:80).

Dünya Turizm Örgütü, sürdürülebilir turizmi, "mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri tam olarak dikkate alan, ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplumun ihtiyaçlarını karşılayan turizm olarak tanımlamaktadır. Sürdürülebilirlik ilkeleri turizmin gelişmesinin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel yönlerinden oluşmaktadır. Çevresel kaynakların en iyi şekilde kullanılması, ev sahibi toplumların sosyo-kültürel yapılarına saygı duyulması, uzun vadeli ekonomik ve istihdam yaratıcı faaliyetler olarak ele alınmaktadır (WTO, 2017). Sürdürülebilirlik kavramı içerisinde ele alınan çevresel ve fiziki etmenlerle birlikte bölgedeki yaşayan yerel halkın tutumları, bölgedeki istihdam düzeyi, bölgeye gelen turistlerin düşünceleri gibi konular üzerinde de durulmaktadır.

Bir turizm destinasyonunun, çekiciliğini uzun dönemde artarak devam ettirmesi sürdürülebilirliğin sağlanmasıyla oluşmaktadır. Eğer turizm, çevreye ve mevcut yaşayan halka uyumlu bir şekilde gelişirse mevcut gelirleri artacak ve çarpan etkisi sayesinde diğer sektörlerin gelişmesine de katkı sağlayacaktır. Sürdürülebilirliğin tam manasıyla sağlanması hem şuan ki neslin hem de gelecek neslin tatmin düzeyini en üst seviyeye çıkaracağı düşünülmektedir (Gösling, 1999: 310).

Sürdürülebilir turizm ve çevrenin korunması için ilk adım ise o bölgenin taşıma kapasitenin belirlenmesi olacağı söylenebilir. “Taşıma (Dayanma, Katlanma, Çekme) ve Kapasite (Bir şeyi içine alma, sığdırma sınırı, kapsama gücü) kelimelerinden oluşmaktadır (TDK, 2017). Taşıma kapasitesi ise “bir nesnenin, bir canlının veya bir ortamın işlevselliğini veya özelliğini koruyarak bir şeye karşı dayanma, katlanma veya çekme limiti olarak” tanımlanmaktadır (Göktaş vd., 2013:196).

Taşıma kapasitesinin birçok tanımı bulunmaktadır. Ziyaretçilerin tatminlerini indirgmeden, kaynakları tüketmeden, yöre ekonomisi ve kültüründe bozulmaya sebep olmadan barınabilecek en fazla turist sayısı olarak tanımlanabilir (Avcı, 2007). Turizm taşıma kapasitesi, herhangi bir turizm destinasyonunun, turistleri ağırladığı süre boyunca hem bölge halkı hem de turistler için tatminsizliğe yol açmadan taşıyabileceği maksimum turist sayısı olarak tanımlanmaktadır (Doğan, 2013:94).

Çavuş (2002) taşıma kapasitesini beş sınıfa ayırarak çevresel, fiziksel, ekonomik, psikolojik ve sosyal taşıma kapasitesi olarak bahsetmiştir. Çevresel taşıma kapasitesinin ortaya çıkış nedeni, “korunan doğal alanlarda rekreasyon ve turizm talebinin gün geçtikçe artması sonucu taşıma kapasitesi, alan planlamalarında temel kavramlardan biri haline gelmiştir” şeklinde özetlenmiştir (Akten vd., 2009:1589). Bu durumun başlıca sebepleri arasında turizm gelişirken çevrenin geleceğinin düşünülmemesi gösterilmektedir. Çevresel taşıma kapasitesinin dikkate alınması, turizmin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir.

Fiziksel taşıma kapasitesi, “doğal kaynaklar dışında insan eliyle yapılmış fiziksel kaynakları içine almaktadır. Bir tarihi alandaki veya yapıdaki yıpranmanın çevresel problemleri doğuracağı sınır olarak tanımlanmaktadır” (Kaya, 1997:58). Ekonomik taşıma kapasitesi, herhangi bir turizm destinasyonundaki turizm gelirlerinden yerel halkın maksimum seviyede yararlanmasını ve bölgedeki diğer sektörlerinde varlıklarını geliştirerek devam ettirmesini hedefleyen bir kavramdır (Muğla Valiliği, 2010). Psikolojik taşıma kapasitesi, Holden, (2002:139) tarafından “ziyaretçilerin bölge ile ilgili memnuniyet derecesini gösteren bir kavram” olarak tanımlanmaktadır.

Toplumsal taşıma kapasitesi bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Sosyal taşıma kapasitesi bölge halkının turistlere karşı olan hoşgörü düzeyinin ölçüsü olarak tanımlanabilir (Kahraman ve Türkay, 2006). Toplumsal taşıma kapasitesi, ev sahibi halkın hoşgörü düzeyini ve bölgedeki ziyaretçilerin deneyim kalitelerini kapsar. Ziyaretçilerin deneyim kalitesinde kabul edilemez bir düşüş göstermeyen ve bölge toplumu üzerinde kabul edilemez bir olumsuz etkisi olmaksızın yerel halk tarafından absorbe edilebilen azami kullanım seviyesi (sayı ve etkinlikler açısından) olarak tanımlanabilir. Toplumsal taşıma kapasitesinin ilk bileşenini ziyaretçilerin alternatif destinasyon aramadan önce kabul ettikleri deneyim kalitesi, ikinci bileşenini ise ev sahibi halkın turistlere yönelik hoşgörü derecesi oluşturmaktadır (Saveriades, 2000: 149). Toplumsal taşıma kapasitesi, turizm faaliyetlerine ev sahipliği yapan yerel halkın hoşgörü düzeyini ifade eder. Söz konusu toplumun kabullenemeyeceği etkilere neden olmayan maksimum kullanım düzeyi şeklinde tanımlamak mümkündür (Avcı, 2007: 492).

Toplumsal taşıma kapasitesini etkileyen unsurlar aşağıda sıralanmıştır (FAO, Framework guidelines for assessing carrying capacity);

- Ziyaretçilerin tercihi
- Ziyaretçilerin görüşleri
- Ziyaretçilerin tutum ve davranışı
- Beklentiler ve tercihler
- Algısal ve davranışsal yanıt
- Artan kullanma düzeylerine yanıt
- Ziyaretçilerin faaliyetleri
- Ziyaretçi memnuniyeti
- Kabul edilebilir kalabalık düzeyi
- Yerel toplulukların katılımı.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırma Amacı

Bu araştırmanın amacı, Eskişehir’de var olan turizm potansiyelinin ekonomik, sosyal, kültürel etkilerini yerel halk açısından ortaya koymak ve bu sonuçlarla beraber Eskişehir’de sürdürülebilir turizmin sağlanması için çözüm önerileri geliştirmektir.

Çalışmada, Eskişehir turizminin yerel halk üzerindeki etkisi ekonomik, kültürel ve sosyal boyut olarak incelenmektedir. Eskişehir’in taşıma kapasitesi sosyal boyutları ile ele alındıktan sonra tüm bu etkenlerin Eskişehir’in toplumsal taşıma kapasitesine ve Eskişehir turizminin sürdürülebilirliğine ne şekilde etki edebileceği değerlendirilmektedir. Araştırmada aynı zamanda turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel durumuna ilişkin katılımcı görüşlerinin demografik ve diğer farklı özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği de ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

3.2. Örneklem ve Veri Toplama

Araştırmanın evrenini Eskişehir’de yaşayan halk oluşturmaktadır. Araştırma Eskişehir’in en yoğun turist çeken Adalar, Odunpazarı bölgesi ile Eskişehir Bilim Kültür ve Sanat Parkı’nda yapılmıştır. Uygulama aşamasında yüz yüze 277 anket toplanabilmiştir.

Yerel halka turizmin Eskişehir’i ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda etkileyip etkilemediğine dair görüşlerini almak üzere sorular hazırlanmıştır. Uygulanan ölçek, Doğanoglu’nun (2014) doktora tezinde kullandığı ölçekten alınmıştır. Anketlerde 5’li likert ile ölçeklendirilen ifadelerin kendi aralarında tutarlılık gösterip göstermediğini, diğer deyişle güvenilirliğini test etmek üzere Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır.

İfadelerin, geçerlilik ve güvenilirliklerini test etmek amacıyla 60 kişilik bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot uygulama sonrasında ölçeğin güvenilirlik düzeyi $\alpha = 0.87$ ve örneklem yeterliliği $= 0.823$ olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik düzeyleri sosyal bilimlerdeki araştırmalar için yeterli olduğu gözlemlenmiştir.

Ölçek yerel halkın Eskişehir’in turizmden ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda ne derece etkilendiği yönündeki algılarını ortaya çıkarmak için iki bölüm olarak geliştirilmiştir. anketin birinci bölümünde ankete yanıt verenlerin arasında demografik sorularla birlikte turizmden gelir kazanılıp kazanılmadığı, ziyaretçiler ile ilgili iletişimleri hakkındaki görüşleri, memnun olduğu ya da rahatsızlık duyduğu konular, Eskişehir ile ilgili düşünceleri, vb sorular sorulmuştur.

İkinci bölümde ise araştırmanın amacı bölümünde verilen ve yerel halka yönelik olarak hazırlanan cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir durumları gibi bazı demografik özellikler ile yerel halkın yaşadıkları turizm deneyimlerine yönelik olarak görüşleri algıları arasında ilişki aranan 17 adet likert ölçekli soruya yer verilmiştir. Bu bölümdeki sorularla yerel halkın, toplumsal taşıma kapasitesi kavramının içerdiği öngörülen değerlerin, turizme ve ziyaretçilere bakış açılarını içeren sorular bulunmaktadır. Anketler 2017 Mayıs ayında yüz yüze görüşme şeklinde yapılmıştır.

4. BURGULAR VE TARTIŞMA

Katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili verilerin analizinde frekans ve yüzde dağılımlarından yararlanılmış ve bulgular Tablo 1’te verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

	Değişken	Sayı (n)	%
Cinsiyet	Kadın	155	44
	Erkek	122	56
Yaş	16-30	118	42,7
	31-45	107	38,6
	46- 60	45	16,2
	61+	7	2,5
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	35	12,7
	Lise	56	20,3
	Önlisans/Lisans	139	50,4
	Lisansüstü	39	14,1
	Diğer	7	2,5
Aylık Gelir	Geliri yok	49	17,7
	1-1000	36	13,0
	1001-1999	66	23,7
	2000-2999	63	22,8
	3000 ve üzeri	63	22,8
Meslek	Öğrenci	61	22,0
	İşçi	60	21,7
	İşyeri Sahibi	8	2,9
	Memur	81	29,2
	Emekli	18	6,5
	Çalışmıyor	24	8,7
	Diğer	25	9,0
Eskişehir’de Yaşama	5 yıldan az	63	22,7
	5 yıl ve daha fazla	92	33,2
	Doğduğumdan Beri	122	44,1
Toplam		277	100

Tablo 1'e göre araştırmaya katılan yerel halkın %56'sı erkeklerden, %44'ü ise kadınlardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılan 277 kişinin %42,7'si 16 ile 30 yaş arasında bulunmaktadır. 31-45 yaş arası katılanların oranı ise %38,6'dır. Katılımcıların %50,4'ünün önlisans/lisans düzeyinde bir eğitime sahip olduğu görölmektedir. Araştırmaya katılan yerel halkın %29,2'sinin memur, %22'sinin öğrenci ve %21,7'sinin de işçi oldukları görölmektedir. 1001-2000 TL arasında aylık gelire sahip olanların oranı %23,7 iken 2000-2999 ve 3000 TL ve üzeri aylık gelire sahip olanların oranı da 22,8 olarak görölmektedir. Düzenli bir geliri olmayan bireylerin oranı ise %17,7'dir. Ankete yanıt veren yerel halktan %44,1 ile 122 kişi doğduğundan beri Eskişehir'de yaşamaktadır. 5 yıldan fazla süredir Eskişehir'de yaşayanların oranı ise %33,2 kişidir.

Tablo 2: Yerel Halkın Turizmden Gelir Elde Etme ve Turistlerle İletişim Davranışlarına İlişkin Görüşleri

	Değişken	Sayı (n)	%
Turizmden Gelir	Evet	22	7,9
	Hayır	255	92,1
Turistlerin İletişim Kurma Nedenleri	Eskişehir'in kültürünü öğrenmek	163	58,8
	Alışveriş	55	19,9
	Fotoğraf Çekimi	24	8,7
	Yerel Halkın istemesi	16	5,7
	Diğer	19	6,9
Turistlerle Daha iyi İletişim için	Turistlere sempati duymak	96	34,7
	Turistlere daha sıcakkanlı davranma	99	35,7
	Daha cesur olmalıyım	44	15,9
	Diğer	37	13,7
Toplam		277	100

Tablo 2'de araştırmaya katılan yerel halkın %92,1' lik bir kesimin gelirini turizmden sağlanmadığı görölmektedir. Gelirini turizmden sağlayanların oranı ise %7,9 olarak bulunmuştur. Araştırmaya katılan yerel halka turistlerin kendileriyle neden iletişim kurduklarına dair düşünceleri sorulmuştur. Katılımcıların %58,8'i ziyaretçilerin Eskişehir'in kültürünü öğrenmek amacıyla yerel halk ile iletişim kurduklarına dair görüş bildirmişlerdir. Diğer yandan katılımcıların %19,9'unun alışveriş yaparken, %8,7'sinin ise fotoğraf çekme konusunda yardım isterken yerel halkla iletişime geçtiğini düşündükleri görölmektedir. Ayrıca yerel halk, turistlerin sıcakkanlı olması (%35,7) ve yerel halkın turistlere sempati duymaları (%34,7) durumunda turistlerle daha iyi ilişki kurabileceklerini ifade etmişlerdir.

Tablo 3: Araştırmaya Katılan Yerel Halkın Turist Davranışlarına İlişkin Görüşleri

	Değişken	Sayı (n)	%
Turistlerin Geleneklere Aykırı Davranışına	Hiç tanık olmadım	183	66,1

	Nadiren tanık oluyorum	56	20,2
	Bazen tanık oluyorum	32	11,5
	Sıklıkla tanık oluyorum	3	1,1
	Her zaman tanık oluyorum	3	1,1
Turistlerin Rahatsız edici davranışları	Küçümseyici olmaları	23	19,3
	Cimri olmaları	15	12,6
	Kaba olmaları	19	16,0
	Bencil olmaları	20	16,8
	Kötü örnek olmaları	28	23,5
	Diğer	14	11,8
	Rahatsızlık verici davranışlara tepkiniz	Yetkililere haber veririm	2
Kızarak uyarırım		7	5,7
Kibarca uyarırım		66	53,7
Bir şey söylemem		36	29,2
Anlayışla karşılarım		12	9,8

Tablo 3 incelendiğinde yerel halkın %66,1'inin turistlerin geleneklere aykırı olumsuz bir davranışıyla hiç karşılaşmadığı görülmektedir. Ankete yanıt verenlerin %39,9'u ise turistlerin olumsuz davranışlarına tanık olmuştur. Bu durum, Eskişehir'de turist ve yerel halk arasında olumsuz olayların fazla yaşanmadığını gösterebilir. Rahatsızlık verici davranışlara tepkiniz sorusuna katılanların %53,7'si turistleri kibarca uyarma ve %29,2'si de yaptıklarının yanlış olduğunu düşünmelerine rağmen bir tepki göstermeme yolunu seçtikleri gözlenmektedir. Bu durum halkın bu bağlamda hoşgörü düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir. Araştırmaya katılan yerel halktan turistlerin rahatsız edici davranışlarıyla karşılaşanların turistlerin ne tür davranışlarından rahatsız oldukları sorulmuş, sırasıyla en çok rahatsızlık duyulan iki davranışın kötü örnek olma (28 kişi) ve küçümseyicilik (23 kişi) olduğu görülmektedir.

Tablo 4'de araştırmaya katılan yerel halkın Eskişehir'deki turizm hareketliliğiyle ilgili görüşlerine göre dağılımları verilmektedir.

Tablo 4: Araştırmaya Katılanların Eskişehir'deki Turizm Hareketliliğiyle İlgili Görüşleri

Eskişehir'de Turizm	Olmamalıdır	8	2,9
	Makul düzeydedir	55	19,9
	Gelişmeye devam etmelidir	214	77,2
Toplam		277	100

Tablo 4'e göre Eskişehir'de turizmin gelişmeye devam etmesi üzerine görüş bildiren yerel halk, %77,2 ile büyük bir çoğunluk teşkil etmektedir. %2,9 oran ile 8 kişi de Eskişehir'de turizmin olmaması gerektiğine dair görüş bildirmiştir. Verilen yanıtların büyük oranda yüksek olmasının gelişmekte olan Eskişehir turizmi açısından olumlu olduğu söylenebilir.

Güvenilirlik ve Faktör Analizi Sonuçları

Tablo 5 : Faktör Analizi Sonuçları

	Faktörler		
Gelir ve Altyapıya Etki			
Yerel Halkın Gelirini Arttırmıştır			,743
Bölgedeki Su Ve Elektrik Şebekelerinin, Yolların Gelişmesini Sağlamıştır			,705
Bölgedeki Çevre Düzenlemelerinin, Park Ve Bahçelerin, Otellerin, Restoranların Gelişmesini Sağlamıştır			,712
Bölgeye Yapılan Yatırımı Arttırmıştır			,701
Eskişehir'in Daha Fazla İnsan Tarafından Tanınmasını Sağlamıştır			,702
Bölgede Fuar, Kongre, Festival, Gibi Aktivitelerin Artmasını Sağlamıştır			,689
Bölgesel Enflasyon			
Arsa Fiyatlarını Arttırmıştır			,803®
Kiraları Arttırmıştır			,877®
Yerel Halkın Kullandığı Ürün Ve Hizmetlerin Fiyatlarını Arttırmıştır			,812®
Sosyal Değişim			
Gelenek Ve Göreneklerde Değişime Neden Olmuştur			,809 ®
Yasam Tarzında Değişime Neden Olmuştur			,869 ®
Giyim Tarzından Değişime Neden Olmuştur			,867 ®
Özdeğerler (Eigenvalues)	4,103	2,182	1,465
Açıklanan Varyans Yüzdesi	34,190	18,181	12,211
Toplam Açıklanan Varyans Yüzdesi %		64,582	

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği= .804 Bartlett's Test of Sphericity: $p < .000$ (Chi-Square 1284,033, $df=66$). ® ters kodlanmıştır.

Tablo 5'te araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik güvenilirlik ve faktör analizi bulguları verilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği, 0,80-1,00 arasında ise yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilir (Kayış,

2010). Dolayısıyla sosyal taşıma kapasitesi ölçeğinin ($\alpha= 0,804$) yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir.

Faktör analizi sırasında verilere, temel bileşenler analizi ve varimax dönüştürme tekniği uygulanmıştır. Katılımcıların sosyal taşıma algılarını ölçen 12 ifade ile 3 faktör elde edilmiştir. Ölçekteki 4.,8.,15.,16. ve 17. ifadeler faktör yük değerleri 0,50'den az olduğu için ölçekten çıkarılmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre ölçeğin faktör yüklerinin 0,50'nin ve öz değerlerinin 1'den büyük olduğu görülmektedir. Toplumsal taşıma algısı ölçeğindeki 3 faktör toplam varyansın %64,58'ini açıklamaktadır. Toplumsal taşıma algısı ölçeğinin KMO örneklem yeterliliği ,804 ($p<.000$)'dür. Dolayısıyla verilerin, faktör analizi için elverişli olduğu söylenebilir.

Yerel Halkın Turizm Sektörünün Eskişehir Destinasyonu'na Etkilerine Yönelik Algıları

Bu bölümde turizmin Eskişehir destinasyonuna etkilerini içeren ifadeler sıralanarak yerel halkın Eskişehir'de turizmin etkileri ile ilgili algıları ölçülmüştür. Elde edilen sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Turizmin Eskişehir'e Etkisine Yönelik Yerel Halkın Algılamaları

	n	Ort.	Standart Sapma	Algı Düzeyi
Yerel halkın gelirini arttırmıştır	277	3,71	1,2313	Yüksek
Bölgedeki su ve elektrik şebekelerinin, yolların gelişmesini sağlamıştır	277	3,16	1,2802	Orta
Bölgedeki çevre düzenlemelerinin, park ve bahçelerin, otellerin, restoranların gelişmesini sağlamıştır	277	3,89	1,0507	Yüksek
Bölgedeki geleneksel el sanatlarını canlandırmıştır	277	3,90	1,0397	Yüksek
Bölgeye yapılan yatırımı arttırmıştır	277	3,75	,9794	Yüksek
Eskişehir'in daha fazla insan tarafından tanınmasını sağlamıştır	277	4,04	1,0638	Yüksek
Bölgede fuar, kongre, festival gibi aktivitelerin artmasını sağlamıştır	277	3,71	1,0681	Yüksek
Bölgede yeni iş imkânları oluşturmuştur	277	3,38	1,1632	Orta
Arsa fiyatlarını arttırmıştır	277	2,59	1,2349	Düşük
Kiraları arttırmıştır	277	2,46	1,2378	Düşük
Yerel halkın kullandığı ürün ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmıştır	277	2,57	1,1384	Düşük
Gelenek ve göreneklerde değişime neden olmuştur	277	3,41	1,1662	Yüksek
Yasam tarzında değişime neden olmuştur	277	3,19	1,2030	Orta
Giyim tarzından değişime neden olmuştur	277	3,27	1,2469	Orta
Turizm nedeniyle oluşan kalabalık şehrin olanaklarından yararlanma düzeyimi düşürmüştür	277	2,96	1,2476	Orta
Üretime katılan kadın sayısında değişime neden olmuştur	277	2,84	1,2093	Orta
Aile içi iletişimde değişime neden olmuştur	277	3,57	1,26223	Yüksek
Algı düzeyi: $1,0 \leq X < 1,8$ (Oldukça Düşük) ; $1,8 \leq X < 2,6$ (Düşük); $2,6 \leq X < 3,4$ (Orta) ; $3,4 \leq X < 4,2$ (Yüksek) ; $4,2 \leq X < 5,0$ (Oldukça Yüksek)				

Turizmin Eskişehir üzerindeki etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri Tablo 6'da gösterilmektedir. Tabloya göre en yüksek ortalamaya sahip olan ifadeler 4,04 ile "Eskişehir'in daha fazla insan tarafından tanınmasını sağlamıştır", 3,90 ile "Bölgedeki geleneksel el sanatlarını canlandırmıştır" ve 3,89 ile "Bölgedeki çevre düzenlemelerinin, park ve bahçelerin, otellerin, restoranların gelişmesini sağlamıştır" ifadeleridir. En düşük ortalamaya sahip olan 2,46 ile "Kiraları arttırmıştır", 2,57 ile "Yerel halkın kullandığı ürün ve hizmetlerin fiyatlarını arttırmıştır" ve 2,59 ile "Arsa fiyatlarını arttırmıştır" ifadeleridir. Bu durum genel olarak halkın turizmin olumlu etkilerinin daha fazla olduğunu düşündüğünü göstermektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bir bölgede var olan turizm sektörünün gelişme süreci yalnızca sağladığı ekonomik katkı ile değerlendirilmemelidir. Turizm hareketlerinin neden olduğu olumlu ve olumsuz pek çok sosyal ve toplumsal değişim de söz konusudur. Bu değişimlerden bazıları halk tarafından kabul edilmekte, bazıları kabul edilmemektedir. Kabul edilmeyen değişimlerin sonucunda ise, yerel halk ve ziyaretçiler arasında çatışmalar yaşanabilmektedir (Doğanoğlu, 2014).

Bu çalışmada, Eskişehir’de giderek artan turizm hareketlerinin sürdürülebilir hale getirmede önemli bir unsur olan turizm sektörünün bir bölgede etkili olan ekonomik, sosyal, kültürel etkilerini, yerel halkın algıları açısından ortaya koymak amaçlanmış, elde edilen bulgularla beraber Eskişehir’de sürdürülebilir turizmin sağlanması için çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Araştırmada ortaya çıkan en önemli sonuç yerel halkın, henüz ziyaretçilerin varlığından, turizm getirilerden mutlu olduğuna ve turizmin olumsuz ekonomik, sosyal, kültürel etkilerinin yerel halk tarafından kabul edilebilirlik sınırları içerisinde olduğuna işaret etmektedir. Diğer bir ifadeyle yerel halkta ziyaretçilere karşı oluşan olumsuz bir düşüncenin varlığına, turizmin gelişmemesi gerektiğine ve ziyaretçilerin varlığı ile toplumsal taşıma kapasitesinin sınırlarının zorlandığına dair genel bir düşünceye rastlanılmamıştır. Turistik alanlarda oluşan kalabalıklık ve izdihamın da yerel halkı fazla rahatsız etmediği görülmektedir. Araştırmaya katılanların çoğu olumsuz bir ziyaretçi davranışına hiç tanık olmamıştır. Ayrıca olumsuz davranışla karşılaşanların verdiği tepkilere bakıldığında da hoşgörülü davranma oranının yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Eskişehir’de turizmin gelişmesi ile birlikte alt ve üst yapı olanakları ile hediyelik eşya ve geleneksel el sanatlarının da geliştiğini göstermiştir. Yapılan analizler, turizmin alt ve üstyapı ile el sanatlarını harekete geçirici etkisine tüm katılımcıların aynı yönde ve olumlu görüş bildirdiklerini göstermektedir. Son zamanlarda yapılan oteller ve yiyecek-içecek işletmeleri ile artan yatak sayıları da bu sonucu desteklemektedir.

Araştırmadan elde edilen önemli bulgulardan biri turizmin gelenek ve görenekler ile aile içi iletişimde yol açtığı değişime yerel halkın yüksek düzeyde katıldığına ilişkin bulgudur. Bu sonuca rağmen katılanların büyük bir kısmı turizmin Eskişehir’de gelişmeye devam etmesini istemektedir. Eskişehir’de turizmin gelenek ve görenekler ile aile içi iletişimde meydana getirdiği değişimin henüz halk tarafından kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Bu durum Eskişehir’in eğitim ve kültür seviyesinin yüksek oluşu ve yeniliklere açık bir destinasyon olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Yerel halk turizmin yaşam ve giyim tarzlarında meydana getirdiği değişime ilişkin ifadelerle orta düzeyde katılmaktadır. Eskişehir’e gelen turistlerin büyük bir kısmının kent ve kültür turizmi için bölgeyi tercih etmesi ve yerel halkında kültürel aktivitelere yüksek katılım göstermesi aslında turistlerin ve yerel halkın yaşam tarzlarının da benzediği ve bu nedenle de yaşam tarzlarında fazla bir değişime neden olmadığı söylenebilir.

Eskişehir’de gelecek yıllarda toplumsal taşıma kapasitesinin sınırlarının aşılmayacağını söylemek doğru bir yaklaşım olmayabilir. Bu bağlamda yerel paydaşlarının katılımı olmadan sosyo-kültürel kaynakların korunabilmesi mümkün değildir. Bu amaçla destinasyonun fiziksel, ekonomik ve toplumsal taşıma kapasitesi paydaşlarında görüşü alınarak belirlenmelidir. Ayrıca turistik etkinliklere yerel halkın da katılımını sağlamak, yerel halka turizmin sosyal ve ekonomik önemini anlatmak ve özellikle müze ve parklara olan yoğun ziyaretçi sayısında günlük bir sınır getirmek ileride oluşabilecek toplumsal taşıma ile ilgili sorunlar için proaktif bir yaklaşım olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Akten, S. Gül, A., ve Akten, M. (2009). Korunan Doğal Alanları Katılımcı Yönetim Planında Ziyaretçi Etki Yönetimi Yaklaşımı. *Uluslararası Davraz Kongresi*, Isparta, 1577-1590.
- Avcı, N.(2007), Turizmde taşıma Kapasitesinin Önemi, *Ege Akademik Barış*, (7)2, 485-501
- Berber, Ş. (2003), Sosyal Değişime Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri, Sayı 9, 205-221

- Beyhan, Ş. G., ve Ünügür, S. M. (2010). Çağdaş gereksinmeler bağlamında sürdürülebilir turizm ve kimlik modeli. *İtü Dergisi*. 4(2): 79-87.
- Brunt, P., ve Courtney, P. (1999). Host Perceptions of Socio-Cultural Impacts, *Annals of Tourism Research*. 26(3): 493-515.
- Çalık, A. Ö. (2014). Turistik Merkezlerin Sosyal Taşıma Kapasitesi: Beypazarı Örneği, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yayınlanmamış Doktora Tezi(356687). Ankara, Türkiye: YÖK Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanından Elde Edildi.
- Çavuş, Ş. (2002). Turistik Merkezlerin Taşıma Kapasiteleri ile Yaşam Evreleri Arasındaki İlişkiler ve Kuşadası Örneğinde Değerlendirme. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir, Türkiye: YÖK Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanından Elde Edildi.
- Doğan, M. (2013). Bir Kriz Faktörü Olarak Taşıma Kapasitesi Aşımı ve Bozcaada Örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 15(1). 85-108.
- Eskişehir Belediyesi, (2017), http://www.eskisehir.bel.tr/icerik_dvm.php?icerik_id=1730&cat_icerik=1&menu_id=24. (Erişim Tarihi: 01. 08. 2017).
- FAO. Framework Guidelines For Assessing Carrying Capacity, <http://www.fao.org/docrep/x5626e/x5626e0e.htm> (Erişim Tarihi: 12.08.2017).
- Gossling, S. (1999). *Ecotourism: A Means To Safeguard Biodiversity And Ecosystem Functions*, *Ecological Economics*. 29: 303-320.
- Göktuğ, T. H., Yıldız, N. D., Demir, M., ve Bulut, Y. (2013). Taşıma Kapasitesi Kuramının Milli Parklarda Oluşum-Gelişim ve Modellenme Süreci. *Journal of the Faculty of Agriculture*, 44(2): 195-206.
- Gürbüz, A. (2002), Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma, *Teknoloji*, Yıl 5,Sayı 1-2, 49-59
- Holden, A. (2016). *Environment and Tourism*. 3. Baskı. New York: Routledge.
- Kahraman, N., ve Türkay, O. (2006), *Turizm ve Çevre*. (2. basım), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kaya, İ. (1997). Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Bir Değerlendirme. Balıkesir Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi. Balıkesir, Türkiye: YÖK Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanından Elde Edildi.
- Kayış, A. (2010). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ed.: Şeref Kalaycı, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Muğla Valiliği, (2010). *Muğla Bölgesi Turizm Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Analizi*, Muğla.
- Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism management*, 21(2), 147-156.
- TDK, (2017), <http://www.tdk.gov.tr/>.
- WTO, (2017), <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>.

TURİSTİK REKREASYON ALANLARINDA PSİKOLOJİK TAŞIMA KAPASİTESİNİN ÖNEMİ: ESKİŞEHİR ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Cihan SEÇİLMİŞ
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi
csecilmis@ogu.edu.tr

Öğr. Gör. İlker KILIÇ
Bozok Üniversitesi, Akdağmadeni MYO
ilkerkilic@windowslive.com

Efnan EZENE
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
efnan_ezenel@hotmail.com

Cemile ECE
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
cemilece5@gmail.com

Özet

Bu çalışmanın amacı Eskişehir’de giderek artan turizm hareketlerinin Eskişehir’e gelen ziyaretçilere değerlendirilmesi ve bu sonuçlarla beraber Eskişehir’de sürdürülebilir turizmin sağlanması için çözüm önerileri geliştirmektir. Eskişehir’in taşıma kapasitesi sosyal boyutları ile ele alındıktan sonra tüm bu etkenlerin Eskişehir’in psikolojik taşıma kapasitesine ve Eskişehir turizminin sürdürülebilirliğine ne şekilde etki edebileceği değerlendirilmektedir. Araştırmada, ziyaretçiler üzerinde anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Eskişehir’e gelen ziyaretçiler oluşturmaktadır. Mayıs 2017’de yapılan saha araştırması sonucu 217 kişiye ulaşılmıştır. Araştırma sonuçları, frekans dağılımı korelasyon ve regresyon analizleri ile değerlendirilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgularda, psikolojik taşıma kapasitesinin aşılmadığı ve ziyaretçilerin turizmin gelişmesine ilişkin olumlu düşünceler içinde olduğu belirlenmiştir. Ortaya çıkan sonuçlar ışığında özellikle geleceğe yönelik kalabalığın azaltılmasına yönelik yapılacak çalışmalar Eskişehir turizminin sürdürülebilirliğine olumlu bir katkıda sunacağı düşünülmektedir. Çalışmanın sonucunda bu doğrultuda önerilere de yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Turizmde Taşıma kapasitesi, Psikolojik Taşıma Kapasitesi.

IMPORTANCE OF PSYCHOLOGICAL CARRYING CAPACITY IN TOURISTIC RECREATION AREAS: EXAMPLE OF ESKISEHIR

Abstract

The aim of this study is evaluation of the increasing number of tourism movements in Eskişehir by visitors coming to Eskişehir and to develop solutions for sustainable tourism in Eskişehir together with these results. After the carrying capacity of Eskişehir is taken into account with its social dimensions, It is evaluated how all these factors can affect the psychological carrying capacity of Eskişehir and the sustainability of Eskişehir tourism. Questionnaire technique was used on visitors in the research. Visitors coming to Eskişehir constitute the universe of the research. 217 people was reached in result of field research in May 2017. The results of the research were evaluated by frequency distribution correlation and regression analysis. It was determined that the psychological carrying capacity of Eskişehir was not exceeded and visitors were in positive thoughts within tourism development according to the findings in the research. It is thought that especially studies to be done for reducing the crowd in the future will make positive contribution to the sustainability of Eskişehir tourism in the light of emerging results. As a result of the study, recommendations are given in this direction.

Keywords: Sustainable Tourism, Carrying Capacity in Tourism, Psychological Carrying Capacity.

1. GİRİŞ

Ülke ekonomilerine katkıda bulunan turizm, sosyal ve kültürel olarak da farklı etkiler yaratmaktadır. Dünya turizm pazarından coğrafi, kültürel ve doğal özellikleri ile Türkiye de yer almaktadır ve turistik destinasyonlar alt yapılarını buna göre planlamaktadır. Oldukça fazla alternatif turizm türüne ev

sahipliği yapan Türkiye’de popüler bir kent haline gelen Eskişehir, son yıllarda hatırı sayılır derecede yerli turist ağırlamaktadır. Bu durum gün geçtikçe kent turizminin daha fazla gelişmesini sağlarken; aynı zamanda sosyal, kültürel, çevresel, ekonomik gelişmeler de sağlamaktadır. Turizm faaliyetlerinin daha fazla gerçekleşmesinin ve sözü geçen gelişmelerin yanında, şehirdeki turizmin gelişmesini sağlayacak sürdürülebilirlik önemli bir temel teşkil etmektedir. Gerek şehrin mevcut turizm kaynaklarının korunması gerek taşıma kapasitesinin doğru analiz edilmesi turizmin sürdürülebilirliğini sağlamaktadır. Kentte yaratılan turizm arzı ile yerel yönetimler kentin alt ve üst yapısını inşa ederek sürdürülebilirliği sağlama hedefi gütmektedirler.

Etkin pazarlama ve tanıtım politikaları ile ziyaretçi sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Ancak destinasyonların turizm faaliyetleri arttıkça birçok bölge turistik taşıma kapasitelerini arz ile dengeleyememektedir. Bu yüzden turistik destinasyonlar turistik taşıma kapasitelerini ekolojik, sosyal, ekonomik, psikolojik olarak arz ve talep ile dengelemek zorundadır. Buna bağlı olarak turistik taşıma kapasitesinin doğru bir şekilde değerlendirilmesi özellikle sürdürülebilirlik açısından önemli bir rol oynamaktadır.

Turizmin destinasyondaki sosyal etkisi düşünüldüğünde sosyal taşıma kapasitesi yerel halk ve ziyaretçiler arasında önemli bir ilişki vardır. Buna bağlı olarak Saveriades’e göre sosyal taşıma kapasitesi ziyaretçilerin deneyim kalitesinde kabul edilemez bir düşme olmadan ve bölge toplumunda kabul edilemez olumsuz bir etki yaşanmadan, bir bölgenin kaldırabileceği maksimum kullanım seviyesi olarak tanımlanmaktadır (Saveriades, A., 2000). Dolayısıyla Eskişehir ili ele alındığında şehrin belirli noktalarında yer alan turistik çekici merkezlerini ziyaret eden turistler şehrin merkezinde gerçekleşen turizm faaliyetlerinde zaten kentin var olan nüfusu ile yoğun bir etkileşim halindedir. Bu etkileşimin olumlu ve olumsuz etkisinin değerlendirildiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada yapılan araştırmada elde edilen sonuçlar Eskişehir ilinin sosyal taşıma kapasitesinin arz ve talep ile uyumlu olduğunu göstermektedir. Çalışmanın amacı doğrultusunda edinilen sonuçlar, Eskişehir ilinin turizm alanındaki sürdürülebilirliğine olumlu katkı sağlaması açısından önem taşımaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Doğal kaynakların gereksiz kullanımı sonucu oluşan küresel ısınmanın, tüm sektörleri ve insanlığı tehdit etmektedir. Doğal kaynakların en önemli unsuru olduğu turizm sektörünün geleceği de tartışılmaya başlanmıştır. Turizm sektörünün mevcut ve gelecekteki tehditleri konusundaki bu tartışmalar, çevresel doğrultuda turizmin araştırılması gerektiğini göstermiştir. Bu doğrultuda sürdürülebilir turizm kavramı çeşitli araştırmacılar tarafından ortaya atılmıştır (Nepal, 2000).

Değişen koşullar ülkelerin sürdürülebilir bir yaşam elde etmeleri için özellikle ekolojik alanda yapılan çalışmaları arttırmıştır. 1980’li yıllarda deniz-kum-güneş turizmine olan yatırımlar yerini değişen gündem ve koşullardan dolayı kırsal kalkınma ve sürdürülebilirlik üzerine yoğunlaşmıştır. Sürdürülebilirlik kavramı son dönemde sıklıkla kullanılan, doğanın, çevrenin, ekonominin ve kırsalın bir arada kendine yetebilecek şekilde sistemli olarak çalışmasıdır. Sürdürülebilirlik kavramının temel düşüncesi, insanların ve doğanın elinde bulunan kaynakların yeterli, nitelikli ve yok olmasını engelleyerek kullanılması ve gelecek nesillere aktarılmasıdır (Çeken, 2016).

Bilinçsiz yapılan turizm faaliyetleri çevreyi, doğayı ve tarihi alanları olumsuz şekilde etkilemektedir. Yıllar içerisinde ortaya çıkan bozulmalar turizm bölgelerinin çekiciliğini azaltmakta ve bu durum turizmden elde edilen gelirin düşmesine neden olmaktadır. Turistlerin bilinçlenmesi ve küresel ısınmanın yol açtığı değişimler turizmi de etkilemektedir. Turizmden sürekli bir gelir elde etmek isteyen ve bu durumu korumak isteyen ülkeler ise sürdürülebilir turizm üzerine çalışmaya başlamışlardır. Sürdürülebilir turizm, turizmi oluşturan varlıkların ve kaynakların, nitelik ve niceliksel olarak bozulmadan sürekliliğinin sağlanmasıdır (Gündüz, 2004).

İnsanın doğaya ve çevreye verdiği zararı azaltmayı aynı zamanda turizm bölgesinde yaşayan halkın yaşam kalitesini en yüksek seviyeye çıkartmayı hedefleyen sürdürülebilir turizmin ilkeleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Salah, 2000:243; Spenceley, 2005:142).

- Bölgesel kaynakların kullanımında sürdürülebilirliğin sağlanması.

- Turizmin önemli kaynaklarından olan, her türlü farklılığın korunması.
- Turizmle gelişmesiyle birlikte toplumda, ekonomide ve çevrede meydana gelen değişikliklerinin değerlendirilmesi.
- Turizm talebine göre arz dengesinin sürdürülebilir şartlarda oluşturulması.
- Bölgeyi ziyaret eden turist kitlesinin istekleri doğrultusunda, bölgenin çekiciliklerini arttırmak bunu sağlarken bölgenin sürdürülebilirliğinin göz önünde bulundurulması.

Bölgesel ya da yöresel kalkınmanın sağlanması yine sürdürülebilir turizm ile mümkündür. Sürdürülebilir turizmin sağladığı sürdürülebilir kalkınmanın ana hedefi, çevrenin korunması ile kalkınmanın birbirlerini tanımlamaları ve beraber bir şekilde çalışmasıdır (Nemli, 2004).

Turizmin küreselleşmesi ve artan bir hacim kazanması, gözde turizm merkezlerine olan ilginin artması, bu bölgelerde yoğunluklara sebep olmaktadır. Bu yoğunluk bölgelerde taşıma kapasitesi sorununu ortaya çıkarmıştır. Taşıma kapasitesi, turistlerin turizm destinasyon maksimum fayda ve haz almalarını sağlarken diğer taraftan destinasyonda sürdürülebilir çevrenin bozulmamasını hedeflemektedir (Dinçer, vd., 2015). Taşıma kapasitesi destinasyonlarda maksimum verimin hem turist hem de yöre açısından sağlanması olarak ifade edilebilir.

Turizmde taşıma kapasitesinin belirlenebilmesi için öncelikle toplumsal, ekolojik, algısal, ekonomik ve ortamsal değerlerin saptanması gerekmektedir. Taşıma kapasitesinin belirlenmesi olumsuz sonuçlar çıkmadan toplanmalıdır ve yapılacak olan hedef ve stratejiler bu verilere göre yapılmalıdır. Çünkü taşıma kapasitesi birlikler, planlayıcılar ve yöneticiler için önemli bir araçtır. Taşıma kapasitesi ülkelerin, bölgelerin ve buralarda yaşayan halkın turistlerle olan etkileşimi açısından da son derece önem taşımaktadır.

Taşıma kapasitesi kavramı çeşitli araştırmacılar tarafından farklı boyutlarda incelenmiştir. Temelde öne çıkan dört farklı taşıma kapasitesi üzerinde durulmuştur. Bunlar sosyal, ekonomik, çevresel ve psikolojik taşıma kapasitesidir (Soylu, 2013:33)

Sosyal taşıma kapasitesi, iki yönlü bir olguyu ifade etmektedir. Bölge halkı ve turistler arasındaki ilişkiyi vurgulayan sosyal taşıma kapasitesi; turistlerin ve bölge halkı arasındaki iletişimin olumsuz etkileri olmadan turizm deneyimindeki kalitenin düşmemesini ifade etmektedir (Ünlüönen ve Tokmak, 2009). Turizm faaliyetleri bölgelerde kültür değişimlerine neden olmaktadır. Bölge halkının ve turistlerin olumsuzluk yaşamamaları turizm deneyimlerinin karşılıklı olarak maksimum verimlilik elde ederek tanımlanması sosyal taşıma kapasitesi için oldukça önemlidir. Turizm destinasyonlarının sosyo-kültürel düzeyindeki değişiminin olumlu yönde ilerlemesi taşıma kapasitesinin yönetiminin etkisine bağlı olarak gelişim göstermektedir.

Ekonomik taşıma kapasitesi, tamamen ekonomik değerler üzerine kuruludur. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, turizmin ülke ve yerel ekonomiye katkısı oldukça önemlidir. Turizmin ekonomik katkısı ülke ve bölge halkının refahı için de gereklidir. Bu doğrultuda ekonomik taşıma kapasitesi üzerinde durulması gereken önemli bir konu olduğu aşikardır. Ekonomik taşıma kapasitesini etkileyen kriterler aşağıdaki gibi oluşturulmuştur (FAO, 09. 08 2017).

- Yatırım
- Turist hacmi
- Tatil maliyeti
- Sağlanan ekonomik fayda düzeyi
- Bölge sakinleri için ekonomik memnuniyet düzeyi

Çevresel taşıma kapasitesi, “*turistik bölgelerin sahip olduğu flora, fauna, su kaynakları, arazi yapıları, doğal oluşumlar (mağaralar, travertenler, peribacaları, dağlar, ovalar, platolar vb.) ile insanlar tarafından oluşturulmuş tarihi yapıları (antik kentler, yazıtlar, höyükler, eski yerleşim merkezleri, anıt mezarlar vb.)*” şeklinde tanımlanmıştır. Çevresel anlamda ise taşıma kapasitesi, çevrenin mevcut değerlerine zarar vermeden bir destinasyonu kullanan maksimum ziyaretçi sayısı şeklinde ifade edilmektedir (Tokmak, 2008:56-57).

Psikolojik taşıma kapasitesi, herhangi bir turistik destinasyonun çekiciliğinin azalmaya başlamadan önce, bölgeyi ziyaret eden turistler tarafından kabul edilebilir seviyedeki kalabalıklaşma düzeyidir. Başka bir ifadeyle, psikolojik taşıma kapasitesi, turistlerin kendilerini başka turistik destinasyon aramaya başlamadan önce memnuniyet seviyelerinin en düşük olduğu seviye olup, çevre olanaklarının kapasitesinin en yüksek seviyeye çıkmasından kaynaklanan insanın fiziksel tepkisinin davranışsal boyuta dönüşme süreci şeklinde tanımlanmıştır (O'Reilly, 1986).

“Ayrıca psikolojik taşıma kapasitesi, algısal veya davranışsal kapasite olarak da ifade edilmektedir. Bir turist çekim yerinde yerel halkın gelenekleri, ahlak kuralları, değer yargıları veya yaşam kalitesine zarar vermesi açısından kabul edilemeyecek bir gelişme derecesi de psikolojik taşıma kapasitesi kapsamında değerlendirilebilir” (Avcıkurt, 2009:16).

Bir turizm destinasyonunu ziyaret eden turistler ile bölge halkının etkileşimi sonucu ortaya çıkan memnuniyet düzeyleri psikolojik taşıma kapasitesini belirlemektedir. Genel olarak turizmin düzenlenmesinde toplumsal ve psikolojik boyutlar göz ardı edilmektedir ancak turizm sektörünün beklenen etkiyi gösterememesinde önemli rol oynamaktadırlar. Psikolojik taşıma kapasitesinin, çevresel ve ekonomik taşıma kapasitesi gibi önceden belirlenmesi oldukça güçtür. Bu sebeple psikolojik taşıma kapasitesinin turizmin gelişmesi için önemli bir unsur olmasına rağmen bölge halkının ve turistlerin yaşam standartları ve koşullarının sürekli değişmesi ölçümünü ve çözüm yollarının aranmasını güçleştirmektedir (Çalık, 2014:28).

Holden (2016), bir turizm destinasyonunun psikolojik taşıma kapasitesinin, o bölgeyi ziyaret eden turistlerin memnuniyet derecesini gösterdiğini belirtmiştir. Bu doğrultuda turizmin gelişmesi için önemli konular arasında yer alan psikolojik taşıma kapasitesi kavramının memnuniyetle ilişkili olduğu söylenebilir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırma Amacı

Bu araştırmanın amacı, Eskişehir’de giderek artan turizm hareketlerinin Eskişehir’e gelen ziyaretçilerce değerlendirilmesi ve bu sonuçlarla beraber Eskişehir’de sürdürülebilir turizmin sağlanması için çözüm önerileri geliştirmektir. Eskişehir’in taşıma kapasitesi sosyal boyutları ile ele alındıktan sonra tüm bu etkenlerin Eskişehir’in psikolojik taşıma kapasitesine ve Eskişehir turizminin sürdürülebilirliğine ne şekilde etki edebileceği değerlendirilmektedir.

3.2. Örneklem ve Veri Toplama

Araştırmanın evrenini 2017 yılının Mayıs ayında Eskişehir’e gelen turistler oluşturmaktadır. Araştırma Eskişehir’in en yoğun turist çeken Odunpazarı bölgesi ile Eskişehir Bilim Kültür ve Sanat Parkı’nda yapılmıştır. Uygulama aşamasında yüz yüze 217 anket toplanabilmiştir.

Araştırmanın nihai amacına ulaşması için gerekli olan birincil veriler anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Söz konusu anket iki ayrı bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri ile birlikte Eskişehir turizmi ile ilgili genel algılarını ölçmeye yönelik ifadeler yer almaktadır. İkinci bölümü ise katılımcıların Eskişehir’deki taşıma kapasitesiyle ilgili algılarını ölçmeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Katılımcıların psikolojik taşıma kapasitesi algılarını ortaya koyduğumuz ölçek, Doğanoglu (2014) ve Weaver’ın (2010) yaptıkları çalışmalardan derlenmiştir.

İfadelerin, geçerlilik ve güvenilirliklerini test etmek amacıyla 50 kişilik bir pilot çalışma yapılmıştır. Pilot uygulama sonrasında ölçeğin güvenilirlik düzeyi $\alpha = 0.79$ ve örneklem yeterliliği $= 0.745$ Bartlett’s Test of Sphericity: $p < .000$, (Chi-Square 213,062, $df=45$) olarak hesaplanmış ancak iki ifadenin (12. ve 13. Madde) ilk boyuttan farklı olarak iki ayrı boyut altında toplanması nedeniyle ölçekten çıkartılmıştır. Söz konusu iki maddenin çıkartılması sonucunda ölçeğin güvenilirlik düzeyi $\alpha = 0.88$ ve örneklem yeterliliği $= 0.776$ Bartlett’s Test of Sphericity: $p < .000$, (Chi-Square 219,731, $df=24$) olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin güvenilirlik ve geçerlilik düzeyleri sosyal bilimler alanındaki araştırmalar için yeterli olduğu gözlenmiş ve uygulamaya ölçeğin 11 ifadelik hali ile devam edilmiştir.

4. BURGULAR VE TARTIŞMA

Katılımcıların demografik özellikleri ile ilgili verilerin analizinde frekans ve yüzde dağılımlarından yararlanılmış ve bulgular Tablo 1’te verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

	Değişken	Sayı (n)	%
Cinsiyet	Kadın	102	47
	Erkek	115	53
Yaş	16-25	104	48,8
	26-35	35	16,4
	36- 45	24	11,3
	45+	50	23,5
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	11	4,7
	Lise	69	32,2
	Önlisans/Lisans	107	50,0
	Lisansüstü	24	11,2
	Diğer	4	1,9
Aylık Gelir	Geliri yok	60	28,6
	1-1000	37	17,6
	1001-1999	41	19,5
	2000-2999	34	16,2
	3000 ve üzeri	38	18,1
Meslek	Öğrenci	87	40,3
	İşçi	31	14,4
	İşyeri Sahibi	17	7,9
	Memur	21	9,7
	Emekli	20	9,3
	Çalışmıyor	17	7,9
	Diğer	23	10,6
		Birinci	89

Eskişehir'e Geliş	İkinci	60	27,8
	Üçüncü	30	13,9
	Dördüncü	13	6,0
	Dörtten Fazla	25	11,1
Toplam		217	100

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %53'ünün erkek ve %48,8'inin ise 16 yaş ile 25 yaş arasında olduğu görülmektedir. Katılımcıların %41,2'si birinci, %27,8'inin de ikinci defa Eskişehir'e geldiği görülmektedir. Ayrıca katılımcıların aylık gelirleri incelendiğinde %28,6'sının gelirinin olmadığı, %19,5'inin de 1001 TL ile 2000 TL, %18,1'inin de 3001 TL ve üzeri gelire sahip oldukları görülmektedir. Eğitim durumları incelendiğinde en yüksek oran % 50 ile önlisans/lisans mezunu olurken ikinci sırada % 32,2 ile lise mezunları yer almaktadır. Son olarak meslekler açısından bakıldığında katılımcıların, %40,3'ünün öğrenci, 14,4'ünün de işçi olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Katılımcıların Eskişehir'i Tercih Nedenlerine Yönelik Bulgular

	Değişken	Sayı (n)	%
Tercih Nedeni	Kültür(Müzeler,Evler,Yaşam)	145	66,8
	Sağlık(Kaplıcalar)	16	7,4
	Yeme-İçme(Yerel Mutfak)	36	16,6
	Alışveriş	22	10,1
	Doğa	36	16,6
	Tanıtım Ve Reklam Faaliyetleri	11	5,1
	Yerel Halkın Misafirperverliği	24	11,1
	Eskişehir'in Ucuz Olması	32	14,7
	Eskişehir'in Yaşadığım Yere Yakın Olması	43	19,8
	Etkinliklere Katılmak	18	11,3
	Diğer	26	23,5
	Toplam		217

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan ziyaretçilerin geliş nedenleri arasında ilk üç sırayı %66,8 ile Eskişehir'in kültürünü tanımak, %19,8 ile yaşanılan yere yakın olması ve %16,6 oranı ile yeme-içme ile doğa cevaplarının yer aldığı görülmektedir. Tanıtımın etkisi ile, sağlık nedeniyle ve alışveriş ise geliş nedenleri arasında son üç sırayı alan nedenler olarak görülmektedir.

Tablo 3: Katılımcıların Eskişehir'i Duyduğu Kaynağa Yönelik Bulgular

	Değişken	Sayı (n)	%
Tercih Kaynağı	Arkadaş-Akraba tavsiyesi	7	3,2
	Yazılı Medya	27	12,4
	Görsel Medya	46	21,2
	Seyahat acentası	82	37,8
	İnternet	55	25,3
	Diğer	-	-
	Toplam		217

Eskişehir'e gelen turistlerin tatil ile ilgili kararlarını vermede başvurdukları bilgi kaynakları arasında seyahat acentaları % 37,8 ile ilk sırada yer alırken, bunu % 25,3 oranıyla internet izlemektedir. Turistlerin Eskişehir tercihlerinde görsel medyanın etki oranı ise % 21,2'dir. Bunu % 12,4 ile yazılı medya, % 3,2 ile de arkadaş-akraba tavsiyesi kaynakları izlemektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Eskişehir'e Yönelik Algılarının Ortalamaları

İFADELER	n	Ortalama a	Standart Sapma
Halkı misafirperverdir	215	4,1070	,95345
Halkı hoşgörülüdür	216	4,1852	,83692
Halkı ile iletişime geçtik	217	4,0092	,99996
Halkı yardımseverdir	212	4,1604	,95030
Eskişehir'in turistik alanları temiz ve hijyeniktir	216	4,0648	1,04123
Eskişehir'in koşulları çok tatmin edicidir	212	4,0330	,88903
Eskişehir'i ziyaretimden çok keyif aldım	217	4,2995	,88068
Beklenti ve ihtiyaçlarıma cevap vermiştir	215	4,1628	,89469
Eskişehir'deki var olan turist yoğunluğundan memnunum	214	3,7056	1,13926
Kalabalık hissi duymadan gezme fırsatı buldum	214	3,6075	1,25040
Eskişehir'i gezerken diğer ziyaretçilerden rahatsızlık duymadım	217	4,0415	1,14388
Turistik alanlarda ziyaretçi sayısı aşırı fazladır	217	2,7782	1,28269
Turistik alanlardaki insan sayısı benim memnuniyetimi azalttı	215	3,4326	1,42208
Eskişehir'i tekrar ziyaret etmeyi düşünürüm	217	4,2627	,97664
Eskişehir'i yakınlarımıza tavsiye etmeyi düşünüyorum	217	4,4378	,86979

Eskişehir turizmine yönelik gelen ziyaretçilerin görüşleri Tablo 4’de gösterilmektedir. Tabloya göre en yüksek ortalamaya sahip olan ifadeler 4,43 ile “Eskişehir’i yakınlarımıza tavsiye etmeyi düşünüyorum”, 4,29 ile “Eskişehir’i ziyaretimden çok keyif aldım” ve 4,26 ile “Eskişehir’i tekrar ziyaret etmeyi düşünürüm” ifadeleridir. En düşük ortalamaya sahip olan 2,77 ile “Turistik alanlarda ziyaretçi sayısı aşırı fazladır”, 3,43 ile “Turistik alanlardaki insan sayısı benim memnuniyetimi azalttı” ve 3,60 ile “Kalabalık hissi duymadan gezme fırsatı buldum” ifadeleridir.

Tablo 5: Faktör Analizi Bulguları

Halktan Memnuniyet	Faktörler		
	1	2	3
Halkı Misafirperverdir	,832		
Halkı İle İletişime Geçtik	,824		
Halkı Hoşgörülüdür	,791		
Halkı Yardımseverdir	,760		
İmkanlardan Memnuniyet			
Eskişehir'in Turistik Alanları Temiz Ve Hijyeniktir		,694	
Beklenti Ve İhtiyaçlarıma Cevap Vermiştir		,681	
Eskişehir'i Ziyaretimden Çok Keyif Aldım		,674	
Eskişehir'in Koşulları Çok Tatmin Edicidir		,670	
Turist Yoğunluğundan Memnuniyet			
Kalabalık Hissi Duymadan Gezme Fırsatı Buldum			,871
Eskişehir'i Gezerken Diğer Ziyaretçilerden Rahatsızlık Duymadım			,739
Eskişehir'deki Var Olan Turist Yoğunluğundan Memnunum			,735
Özdeğerler (Eigenvalues)	4,888	1,727	1,286
Açıklanan Varyans Yüzdesi	43,915	15,514	11,554
Toplam Açıklanan Varyans Yüzdesi %		70,983	
Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örnekleme Yeterliliği= .858 Bartlett's Test of Sphericity: p<.000 (Chi-Square 1054,085, df=55).			
Davranışsal Niyet			

Eskişehir'i Tekrar Ziyaret Etmeyi Düşünürüm ,921

Eskişehir'i Yakınlarımıza Tavsiye Etmeyi Düşünüyorum ,780

Varimax Rotasyonlu Temel Bileşenler Faktör Analizi Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği= .618 Bartlett's Test of Sphericity: $p < .000$ (Chi-Square 143,174, $df=1$).

Tablo 5'te araştırmada kullanılan ölçeklere yönelik güvenilirlik ve faktör analizi bulguları verilmiştir. Ölçeğin güvenilirliği, 0,80-1,00 arasında ise yüksek derecede güvenilir olarak değerlendirilir (Kayış, 2010). Dolayısıyla kriz algısı ($\alpha= 0,883$) ve sektörde çalışma niyeti ($\alpha= 0,818$) ölçeklerinin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir.

Faktör analizi sırasında verilere, temel bileşenler analizi ve varimax dönüştürme tekniği uygulanmıştır. Katılımcıların psikolojik taşıma algılarını ölçen 11 ifade ile 3 faktör elde edilmiştir. Diğer taraftan davranışsal niyetler de tek faktör altında toplanmıştır. Ölçekteki 12., 13. ifadeler ikinci bir boyut altında toplanmaları gerekçesiyle faktör analizine dahil edilmemiştir.

Her iki ölçeğin faktör yüklerinin 0,50'nin ve öz değerlerinin 1'den büyük olduğu görülmektedir. Psikolojik taşıma algısı ölçeğindeki 3 faktör toplam varyansın %70,98'ini açıklamaktadır. Psikolojik taşıma algısı ölçeğinin KMO örneklem yeterliliği ,858 ($p < .000$) iken, davranışsal niyet ölçeğinin KMO örneklem yeterliliği ,618 ($p < .000$)'dir. Dolayısıyla verilerin, faktör analizi için elverişli olduğu söylenebilir.

Tablo 6. Psikolojik Taşıma Algısı İle Davranışsal Niyetler Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi

	Halktan Memnuniyet	İmkanlardan Memnuniyet	Turist Yoğunluğundan Memnuniyet	Davranışsal Niyetler
Halktan Memnuniyet	1,000			
İmkanlardan Memnuniyet	,415**	1,000		
Turist Yoğunluğundan Memnuniyet	,329**	,404**	1,000	
Davranışsal Niyetler	,392**	,549**	,317**	1,000

Korelasyon analizi sonucunda ziyaretçilerin Halktan memnun olmaları ile davranışsal niyetleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır ($r=-0,392$; $p < 0,01$). İmkanlardan memnuniyet ile davranışsal niyetleri arasında da istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır ($r=-0,549$; $p < 0,01$). Son olarak da turist yoğunluğundan memnun olma ile davranışsal niyetler arasında istatistiksel açıdan yine anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır ($r=-0,317$; $p < 0,01$). Korelasyon katsayısının mutlak değer olarak 0,00-0,30 arasında olması düşük; 0,30-0,70 arasında olması orta; 0,70- 1,00 arasında olması ise yüksek düzeyde bir ilişki olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk, 2004:32). Dolayısıyla değişkenler arasında orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır.

Araştırmanın bağımlı değişkeni olan davranışsal niyetlerin, bağımsız değişken olan psikolojik taşıma kapasitesi ile ne ölçüde açıklanabileceğini ortaya koymak amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Söz konusu analize ilişkin sonuçlar Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Psikolojik Taşıma Algısı İle Davranışsal Niyetler Arasındaki ilişkiye Yönelik Regresyon Analizi

F =40,988

Düzeltilmiş R² =,357

Durbin-Watson = 1,842

Anlamlılık Düzeyi = ,000

Bağımsız Değişken	β	Standart Hata	t	Sig.	Tolerans	VIF
Sabit		,315	3,059	,003		
Halktan Memnuniyet	,158	,067	2,531	,012	,761	1,313
Koşullardan Memnuniyet	,419	,073	6,573	,000	,734	1,362
Kalabalık	,171	,072	2,798	,006	,795	1,258

Tablo 7 incelendiğinde; ziyaretçilerin psikolojik taşıma algısının, davranışsal niyetlerinin anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmektedir, R= -0.357, F (40, 988) p<0,05. Ziyaretçilerin davranışsal niyetlerinin %35'inin algılamakta oldukları psikolojik taşıma düzeyleri ile açıklanabileceği söylenebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Eskişehir'in taşıma kapasitesi sosyal boyutları ile ele alındıktan sonra tüm bu etkenlerin Eskişehir'in psikolojik taşıma kapasitesine ve Eskişehir turizminin sürdürülebilirliğine ne şekilde etki edebileceği değerlendirilmiştir.

Ziyaretçilerin gittiği destinasyondan memnun olmasını ve yeniden ziyaret etmesini etkileyen önemli unsurlardan bir tanesi yerel halkla ilgili görüşleridir. Araştırma kapsamında ziyaretçilerin Eskişehir halkının misafirperverlik ve hoşgörülerine ilişkin görüşleri sorgulanmış ve genel olarak katılımcıların olumlu düşüncelere sahip oldukları görülmüştür. Bu da ziyaretçilerin Eskişehir halkına karşı yüksek oranda olumlu ilgi beslediği ihtimalini güçlendirmektedir.

Bölgedeki ziyaretçi yoğunluğundan memnuniyete ilişkin ziyaretçi görüşleri incelendiğinde, genel olarak katılımcıların ziyaretçi yoğunluğundan memnun olduğu söylenebilir. Araştırma, müze girişlerinde oluşan kuyruklardan ve özellikle Odunpazarı bölgesindeki otobüs ve ziyaretçiler ile Bilim Kültür ve Sanat Parkındaki turların sayısındaki yoğunluktan çok da şikâyetçi olmadıklarını göstermektedir.

Destinasyonun imkanlarına ilişkin memnuniyet görüşleri incelendiğinde, genel olarak katılımcıların Eskişehir'in koşullarından memnun olduğu ve beklentilerinin karşılandığı söylenebilir. Deniz turizmi dışında alternatif bir turizm ürünü sunan Eskişehir artan kültür, sanat ve eğitsel ürünlerle ziyaretçilerin beğenisini kazanabilmektedir. Bu arada son yıllarda yapılan turizmle ilgili alt ve üstyapı çalışmaları da bu sonucun çıkmasında etkili olmuştur.

Yapılan analizler sonucunda psikolojik taşıma algısı ile davranışsal niyetler arasında bir ilişki olduğu görülmektedir. Ziyaretçilerin yerel halktan, destinasyonun imkânlarından ve ziyaretçi yoğunluğundan memnuniyeti arttıkça destinasyonu tekrar ziyaret ve tavsiye etme davranışlarının da artacağı görülmüştür. Destinasyonlarda turizmin sürdürülebilmesi konusunda bölgeyi ziyaret edenlerin düşünceleri çok önemlidir. Taşıma kapasitesi konusunda ziyaretçilerin rahatsızlık duymaya başlamaları davranışsal niyetler açısından olumsuz bir durumdur. Bu bağlamda destinasyonla ilgili yöneticilerin ve diğer paydaşlarında taşıma kapasitesi konusunda planlamalar yapması büyük önem

taşımaktadır. Günümüzde bir sorun olarak görülmesi de ileride oluşacak ziyaretçilerin beklentilerine göre sürdürülebilir turizm planlamaları süreklilik kazanmalıdır.

Gelecekte konuyu farklı faktörlerle ortaya koyacak çalışmalar ziyaretçilerin genel memnuniyeti ve davranışsal niyetler arasındaki ilişkilerin açıklanmasında faydalı olacaktır. Bu çalışmada kalabalık ve destinasyon koşulları üzerinden açıklanmaya çalışılan psikolojik taşıma algısı farklı faktörlerle farklı sonuçlar gösterebilir. Ayrıca diğer taşıma kapasite türleri birlikte ele alınarak arasındaki ilişki ve etkiler de ortaya konularak sürdürülebilir bir destinasyon plan ve programı oluşturulabilir.

KAYNAKÇA

- Büyüköztürk., Ş. (2004). Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı (İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum), Ankara: Pegem Yayıncılık,
- Dinçer, F., Erkol, G., ve Çakmak, F.Ç. (2015). Algısal Taşıma Kapasitesinin Turistlerin Memnuniyetleri Üzerindeki Etkisi: Göbekli Tepe Örneği, 16. Ulusal Turizm Kongresi, Ankara. Detay Yayıncılığı. 12-15 Kasım 2015. Çanakkale. 629-647.
- Gündüz F. (2004) Çevre ve Turizmin Sürdürülebilirliği. 58-66. http://www.spo.org.tr/resimler/ekler/3c04118df112c13_ek.pdf (Erişim Tarihi:11.07.2017).
- FAO. Framework Guidelines For Assessing Carrying Capacity, <http://www.fao.org/docrep/x5626e/x5626e0e.htm> (Erişim Tarihi: 09.08.2017).
- Nemli, E. (2004).Sürdürülebilir Turizm Planlaması. Ankara. Alp Yayınları
- Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast. *Republic of Cyprus. Tourism Management*, Vol. 21, pp. 147-156.
- Ünlüönen, K., ve Tokmak C. (2009).Topkapı Sarayı'nda Çalışanlar ve Ziyaretçilerin Sosyal Taşıma Kapasitesine Yönelik Değerlendirilmesi. *İşletme Araştırma Dergisi*.17-30.
- Nepal, K. S., (2000). Tourism in Protected Areas The Nepalese Himalaya, *Annals of Tourism Research*, 27(3). 661-681.
- Spenceley, A. (2005). Nature-Based Tourism and Environmental Sustainability in South Africa, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol:13, No :2, pp. 136-168.
- Salah, S. (2000), .Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry, *Journal of Travel Research*, Vol. 38, pp. 239-255.
- Soylu, Y. (2013). Turistik Destinasyonlarda Taşıma Kapasitesi: Gelibolu Yarımadası Tarihi Milli Park Örneği, Çanakkale On sekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi(333237). Çanakkale, Türkiye: YÖK Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanından Elde Edildi.
- O'Reilly, A.M. (1986). Tourism Carrying Capacity: Concept and Issues, *Tourism Management*, 7(4), 254-258.
- Çeken, H. (2016). Sürdürülebilir Turizm (Temel Kavramlar ve İlkeler) Birinci Baskı. Ankara. Detay Yayıncılık.
- Tokmak, C. (2008). Sürdürülebilir Turizm Açısından Taşıma Kapasitesi: Topkapı Sarayı Örneği, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yayımlanmamış Doktora Tezi(214522). Ankara, Türkiye: YÖK Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanından Elde Edildi.
- Çalık, A. Ö. (2014). Turistik Merkezlerin Sosyal Taşıma Kapasitesi: Beypazarı Örneği, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Yayımlanmamış Doktora Tezi(356687). Ankara, Türkiye: YÖK Ulusal Tez Merkezi Veri Tabanından Elde Edildi.
- Avcıkurt, C. (2009). Turizm Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım. 3. Basım. Ankara. Detay Yayıncılık.
- Holden, A. (2016). Environment and Tourism. 3. Baskı. New York: Routledge.
- Weaver, Candace L. (2010) Examining the Influence of Indicator Variables on Crowding and Visitor Experience: A Case Study of the White Salmon River in Washington, Thesis submitted to the Davis College of Agriculture, Natural Resources & Design at West Virginia University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science in Recreation, Parks, and Tourism Resources, Morgantown, West Virginia.

KASTAMONU YAYLA TURİZMİNDE YENİ BİR DESTİNASYON ÖNERİSİ “ILGAZ KIRKPINAR YAYLASI ÖRNEĞİ”

Yrd. Doç. Dr. İrfan MISIRLI
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
imisirli@kastamonu.edu.tr

Mustafa Taylan DAĞISTAN
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
mtdagistan@gmail.com

Özet

Son 50 yılda küresel ısınmayla birlikte bireylerin turizm anlayışında birtakım değişimler meydana gelmiştir. deniz, güneş, kum üçlüsünden alternatif turizm türlerine rağbetin arttığı görülmektedir. Türkiye gibi yüksek alternatif turistik arz potansiyeline sahip ülkelerin gelişimi açısından bu konu önem arz etmektedir. Alternatif turizm çeşitlerine en uygun bölgelerden birisi de Karadeniz Bölgesidir. Bu çalışmayla Karadeniz Bölgesinde yer alan Kırkpınar yaylasının turizm potansiyeli irdelenmiş ve yaşanan problemlerin tespiti ve bu problemlere yönelik çözüm önerilerinin getirilip bu konuda farkındalık yaratılması hedeflenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Ilgaz Kırkpınar Yaylası, Yayla Turizmi, Alternatif Turizm, Yaylacılık.

A SUGGESTION OF NEW DESTINATION IN KASTAMONU TABLELAND TOURISM “ILGAZ KIRKPINAR TABLELAND CASE”

Abstract

Global warming has caused some changes in the understanding of individuals' tourism starting with early sixties. Nowadays the famous “sea, sun, sand” understandings changing to the alternative tourism types are increasingly seen to increase. This issue is important in terms of the development of countries with high alternate tourist supply potentials like Turkey. One of the most suitable regions for alternative tourism types is the Black Sea Region in Turkey is Ilgaz Mountains. With this study, it was aimed to determine the problems of Ilgaz Kırkpınar Plateau which are located in the Black Sea Region near Kastamonu, with the potential of tourism and to propose solutions for these problems and to create awareness in this regard.

Keywords: Ilgaz Kırkpınar Plateau, Plateau Tourism, Alternative Tourism, Plateau,

1. GİRİŞ

Dünyada özellikle 1950’li yıllardan günümüze kadar yaşanan siyasi, ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelerle beraber turizm kavramında da birtakım değişiklikler meydana gelmiştir. Bu durumla birlikte turizm sektöründe sadece niteliksel (turist sayısındaki artış, turizm gelirlerindeki yükseliş, vb) olarak değil, aynı zamanda niceliksel (turizm isteminde ve tercihlerinde) olarak da kendini göstermiştir (Aydın, 2012: 39).

Bireylerin yeme-içme, eğlenme, konaklama, inanç, tedavi, spor, merak gibi çeşitli sosyo-kültürel ihtiyaçlarını gideren, ekonomik temelli bir hizmet endüstrisi olarak tanımlanan turizm sektörü deniz kum güneş üçlüsünün yanı sıra alternatif turizm çeşitleri de kendisinden söz ettirmeye başlamıştır (Ürger, 1992: 11, Aktaran Kalaycıoğlu, 2017: 7). Turizm sektöründe gelişmiş kabul edilen ülkeler incelendiğinde kıyı, ören ve kültürel kaynaklara dayalı turizm faaliyetlerinin yanı sıra sahip oldukları yayla-dağ turizm olanaklarını da etkin bir şekilde kullanmaya başladıkları gözlenmektedir (Doğanay, 2010: 225).

Ayrıca devletlerin turizm politikalarında doğa dostu olması nedeniyle alternatif turizm kapsamında ele alınan eko turizm, kırsal turizm, yumuşak (soft) turizm gibi farklı turizm türlerine yer vermesi sonucunda bu turizm türüne dayalı faaliyetlere olan ilgiyi arttırmıştır (Aydın, 2012:39).

Turizm politikalarında alternatif turizme yer veren ülkelerden birisi de Türkiye'dir ve alternatif turizm etkinliklerinden biri de yayla turizmidir. Nispeten az bozulmuş doğal yapısı, geleneksel yaşam kültürü ve sessiz bir ortam sunmaları, ülkemiz yaylalarını her geçen gün turistik cazibe merkezleri haline getirmektedir. Özellikle yaz mevsiminde orta yükseklikteki dağlık alanların uygun iklimi, geleneksel yaylacılık faaliyetine rekreasyon işlevi de kazandırmıştır (Doğanay, 2001: 94-96, Aktaran Doğanay, 2010: 225).

Turizm Bakanlığı tarafından deniz, güneş, kum ağırlıklı turizmin yanında, turizmin çeşitlendirilmesi ve 12 aya yayılması amacıyla başlatılan çalışmalar içerisinde, Karadeniz Bölgesinde kültür turizminin yanı sıra alternatif turizm olarak “Yayla Turizmi” ön plana çıkarılmış ve yayla turizmini geliştirme çalışmalarına başlanmıştır. “Yeşil Turizm” olarak da bilinen bu tip aktiviteler oldukça yeni sayılmaktadır. Türkiye'nin alternatif turizm koşulları bakımından en uygun yörelerinden birisi de Karadeniz Bölgesidir. Karadeniz Bölgesi'nin coğrafi şartlarına en uygun turizm çeşidi ise yayla turizmidir (Aydınöz, 2004: 206).

Karadeniz bölgesinin dağların kıyıya paralel uzanması nedeniyle kıyı boyunca körfezler, burunlar ve yarımadalar sayıca azdır. Ayrıca iklim şartları deniz turizminin gelişmesine engel olmaktadır. Karadeniz bölgesinin iklimi ve fiziki durumu alternatif turizm kaynaklarından yaylacılık potansiyelini ortaya çıkarmıştır. Günümüzde çevre koruma konusunun önem kazanmasıyla, insanların alternatif turizm çeşitlerine ilgisinin arttığı gözlenmektedir (Doğaner, 2001:204, Aktaran Zaman, Şahin ve Bayram, 2007:35).

Karadeniz Bölgesi Türkiye'de eko turizm etkinlikleri arasında en yaygın olanı yayla turizmidir. Yaylalar, el değmemiş tabiatın kirlenmemiş havasını, soğuk suları, yazın en sıcak günlerinde bile ferahlatıcı serinliği, seyir imkanı veren manzaraları; doğal bitkileri, doğal ortamlarında yetişen hayvanlardan elde edilen ve üretilen gıdaları da sunmaktadırlar (Altan, 2006: 53, Aktaran Çolak, 2010: 73).

Türkiye'nin farklı coğrafi özellikleri aynı anda bir arada bulundurmasından dolayı bölgeler arası birbirinden farklı yayla tanımları yapılmıştır. Yayla sözcüğü eski Türkçede yaz mevsimi anlamına gelen yay kökü ile hayvanları açıkta ve dağınık olarak otlatmak anlamını da ifade eden yaymak mastarından türemiştir (Alagöz, 1993: 1).

“Yayla” kelimesi eski Türkçe de “Yaylağ” kelimesinden gelmektedir. Kelime anlamı ise dağ tepelerindeki düzlüklere verilen isimdir. Yaylalar genellikle yüksek kesimlerde konumlanmış olması sebebiyle, yüksek yerlerdeki düzlükler, otluk alanlar için de yayla deyimi kullanılmaktadır (Var, 1990:1, Aktaran Bilgiç, 2007:26).

Yaylacılık, büyük ölçüde hayvancılığa dayalı mevsimlik bir hareket olup, yaz mevsiminde insanların hayvanlarıyla birlikte yayla adı verilen geçici yerleşim alanlarına göçmelerini, orada bir süre kalmalarını ve ekonomik faaliyetlerde bulunmalarını kapsamaktadır (Aklıbaşında, 2013: 121).

Fiziki coğrafya terimi olan yayla , akarsularla derin şekilde yarılmış, parçalanmış fakat üzerindeki düzlüklerin belirgin olarak bulunduğu yeryüzü biçimi olan plato karşılığı olarak kullanılır (Yalçınalp, 2005: 2).

Türk Dil Kurumuna sözlüğüne göre yayla, “Dağlık, yüksek bölgelerde, kışın hayat şartları güç olduğu için boş bırakılan, yazın havası iyi ve serin olan, hayvan otlatma veya dinlenme yeri” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2017).

Yayla kelimesi, yaz aylarında yazlık hava değişimi ve dinleme amacıyla yararlanılan yüksek kesimler içinde kullanılmaktadır. Yerel halkın yazın sıhhi, turistik, sportif ve çeşitli faaliyetleri için çıktıkları yerlere de yayla adı verilmektedir. Günümüzde kimi yaylaların önemli bir turistik çekim merkezi haline geldikleri görülmektedir (Özgür, 1993: 1)

Türkiye'de yaylaların hukuksal tanımı ise; Devlete ait yerlerden iken, bir tahsis belgesine dayanarak veya öncesi bilinmeyen süreden beri tahsisli olduğuna dair bir hakka tutunarak, bir veya birkaç köy ve kent halkının birlikte oturup kalktığı ve hayvanlarının, otundan ve suyunda yararlandığı yüksek

yerlerdir. Bu tanımlamada dört ana unsur yer almaktadır. Bunlar; devlet malı olması, tahsis edilmesi, ortaklı kullanılması, ve köy halkının hayvanlarıyla birlikte, belirli mevsimde yararlanmasıdır (Bakırcı, 1992: 83, Aktaran Çolak, 2010:71).

Yaylalar genel olarak köy ve kasaba gibi topluluklara tahsis edilmiştir. Coğrafi açıdan dağ silsileleri üzerinde bulunan geniş alanlara yayla adı verilmekte olup şekil itibariyle yüksek dağların üzerinde bulunan, akarsuların açtığı vadilerle yer yer parçalanmış olan düzlüklerdir (Daşcı ve Çomaklı, 2006, Aktaran Haberal, 2011: 41).

Yaylalar farklı rölyef üzerinde yer alan sürekli ve geçici yerleşme yerlerinde göçebe, yarı göçebelerin, köy, köy altı, kasabalarda yaşayan insanların belli bir süre için buldukları yerlerdir (Ateş, 1992:2, Aktaran Bilgiç, 2007:26).

Yayla daha çok hayvancılık faaliyeti ile ilgili olarak köyün ikinci bir geçim veya katkı sağlayan faaliyet alanıdır. Dolayısıyla hayvancılık söz konusu olduğu için yaylaların önemli bir kısmı orman içinde veya orman yakınında yer almaktadır. Ormanların henüz yasalarla kontrol edilmediği ve ormanlardan kolaylıkla yararlanılabildiği dönemlerde kurulan bu geçici yerleşmelerin köy tüzel kişiliğinin malı olmalarına karşılık ormanı kullanmaları yasalarla önemli ölçüde kısıtlanmıştır. Değişen zaman ve ihtiyaçlarla birlikte şehirleşmenin de etkisiyle yaylacılık faaliyetinin hayvancılığa bağlı ekonomik önemi gittikçe azalmıştır (Oral, 2010:16, Aktaran Yonca, 2014: 12)

Türkiye’de özellikle 1950’li yıllardan itibaren ulaşım, eğitim, altyapı hizmetlerinin gelişmesi sonucu, sanayileşme ve kentleşme de önemli gelişmeler olmuştur. Bu gelişmeler aynı zamanda yaylacılığı da etkilemiş ve bunun sonucunda yaylalarda önemli ölçüde fonksiyonel değişiklikler ortaya çıkmıştır. Hayvancılıkla uğraşılan birçok yaylada günümüzde hayvancılığın öneminin kaybolması nedeniyle yaylacılık fonksiyon değiştirerek, daha çok dinlenme ve rekreasyonel amaçlı yaylacılık gelişmeye başlamıştır (Tapur, 2009: 475).

2. YAYLA TÜRLERİ

Yaylalar buldukları yüksekliğe göre üçe ayrılmaktadırlar (Dündar ve Canver, 1969, Aktaran Sütü, 2009: 3,4):

Alçak Yaylalar: Denizden yüksekliği genellikle 900-1200 m arasında olan ve sürekli yerleşim yerleri ile tarım alanlarına komşu olan yaylalardır. Genel olarak bu yaylalara Mayıs ayında hayvan sürüleri sevk edilmektedir. Yükseltinin düşük olması nedeniyle vejetasyon süresi 140-160 gün arasında değişmektedir. Ege ve Akdeniz yayla tipleri Alçak yaylalara örnek verilebilir.

Orta Yaylalar: Denizden yüksekliği yaklaşık 1200-1600 m arasında olan ve tarım arazilerinin üstünde orman sınırında olan yaylalardır. Bu yaylalara hayvan sürüleri genellikle Haziran ayında sevk edilmektedir. Ortalama vejetasyon süresi 100-140 gün arasındadır. Orta Anadolu'daki yaylalar bu tiptedir.

Yüksek Yaylalar: Denizden yüksekliği 1600 metreden daha fazla olan ve çoğunlukla orman sınırının üstündeki yaylalardır. Yüksek yaylalara hayvan sürüleri temmuz ayında sevk edilmektedir. Ortalama vejetasyon süresi 60-80 gün arasında değişmektedir. Karadeniz ve Akdeniz Bölgelerindeki yaylalar genelde bu tip yaylalardır.

Bunun dışında yaylalar; Mevki durumuna göre; plato, yamaç, sırt boyun, taban vb. Mülkiyet haklarına göre; müşterek, özel, kiralık vb. gibi sınıflandırılmaktadır. (Bilgiç, 2007: 27-28, Aktaran Çolak, 2010: 72).

Yayla Turizmi

İnsanların buldukları yerlerden ayrılarak yaz aylarında yaylalara gitmeleri ve orada konaklayarak tüm ihtiyaçlarını sağlayabilmeleri bir turizm hareketini oluşturmaktadır. Ayrıca yaylalardaki etkinlikler, yayla kültürü ile bozulmamış doğada yaşamak gibi birçok sebep diğer insanların da ilgisini çekmiş ve bu yaşama tarzına katılmalarını sağlamıştır. Sonuç olarak da bu turizm hareketleri " yayla turizmi" şeklinde bir turizm çeşidini ortaya çıkarmıştır (Bakırcı, 1992:79, Aktaran Bilgiç, 2007: 33)

Türkiye' nin doğal yapısı, geleneksel yaşam kültürü ve sessiz bir ortam sunmaları, Türkiye yaylalarını turistik cazibe merkezleri haline getirmektedir. Özellikle yaz aylarında orta yükseklikteki dağlık alanların ılıman iklimi, geleneksel yaylacılık faaliyetlerine rekreasyon işlevi de kazandırmaktadır (Doğanay, 2001: 94-96, Aktaran Doğanay, 2010: 225).

Yayla turizmi, diğer turizm türlerine bağlı ancak tamamlayıcı bir turizm ürünü olarak karşımıza çıkmaktadır. Aynı zamanda da, geleneksel turizmden farklı özelliklere sahip, daha spesifik motiflerle harekete geçirilen bir turizm türüdür. Dağ, kış, yeşil, orman, tabiat, mağara, akarsu, doğal beslenme, gürültü ve diğer kirliliklerden uzak olma; spor, yürüyüş, rafting, kayak, yüzme, çim kayağı, golf, festivaller, avlanma, varsa termal sulardan faydalanma gibi, turistik ürün bileşenleri, yayla turizmini cazip kılan faktörlerdir (İTO, 1997:36).

Yayla turizmi, doğayla iç içe yaşamayı sevenlerin günübirlik veya kısa süreli konaklama amacıyla, yüksek rakımlı yerlerde yaptıkları turizm faaliyetidir (Oktayer ve diğ., 2007:137, Aktaran Batman ve Ulusan, 2010: 248).

Kendine has coğrafya ve iklime sahip olan Türkiye'nin zengin yaşama kültürü içindeki yayla yaşantısı çok önemli yer tutmaktadır. Eski metinlerde ve halen dillerde dolaşan halk türkülerinde (Kalktı göç eğledi Avşar illeri türküsündeki gibi) ifade edilen bu gelenek, Türkiye coğrafyasında yüzlerce mekanın, yeni ve farklı yaşama alanları olarak açılmasını sağlamıştır (Morgül, 2006:34).

1990 yılından itibaren Karadeniz Yaylalarını turizme açmak amacıyla çeşitli düzenlemelere gidilmiştir. Bu düzenlemeler çerçevesinde belirlenmiş bazı yaylalar turizm merkezi ilan edilmiştir. Kalkınma planlarıyla turizm çeşitliliğinin artırılacağı belirli alanların koruma altına alınarak turizme açılacağı belirtilmiştir. Bu doğrultuda yayla şenlikleri gibi geleneksel etkinliklerin yerel yönetimler tarafından desteklenmesi sağlanmıştır. Bu şenliklerle yaylalara dikkat çekerek bölge turizmine katkıda bulunmaktadır (Yalçınalp, 2010: 46).

Yayla turizmi, Türkiye açısından büyük bir değerdir. Nitekim Akdeniz ve Avrupa ülkelerinde yaylacılık Türkiye'nin gerisinde kalmıştır. Seksenli yıllardan sonra Türkiye'de turizm yatırımlarında gözle görülür bir artış olduğu görülmektedir. Yaylalara gerekli yatırımın yapılmasıyla bölge kalkınmasında istenilen oranda verim alınabileceğinin anlaşılması Turizm Bakanlığının politikalarını etkilemiştir (Bilgiç, 2007: 42).

Yaylaların çok çeşitli bitki örtüsü açısından çeşitliliğe sahip olması, ormanları, krater gölleri, ırmak ve dereleri, tarihsel, kültürel ve arkeolojik değerleri, dağ ve doğa yürüyüşleri, rafting, kış sporları, av, olta balıkçılığı, çim kayağı, şifalı suları, yayla şenlikleri ve el sanatları gibi değerler taşıması nedeniyle turizm çekim merkezi olmalarını sağlamaktadır (Şen, 2010: 86, Aktaran Tekin, 2014: 41).

Yayla turizminin geleceği açısından şunlara dikkat edilmelidir (Var, 1992: 64-65, Aktaran Çolak, 2010: 74):

- Yatırımların halkın sosyo – kültürel yapısını iyi inceleyerek ve halkın destek ve katılımını da alarak yapılması, düşünülen tesislerin ve çevrelerin ekolojik, ekonomik, fiziksel ve algısal taşıma kapasitelerinin belirlenerek, turizm faaliyetinin doğaya zarar vermeden gerçekleşmesinin sağlanması,
- Kurulacak otel, motel, pansiyon vb. gibi konaklama tesisleri ile günübirlik kullanım tesislerinin, çok katlı, büyük hacimli tesisler yerine mümkün olduğu kadar küçük hacimlerde, geleneksel malzemeyle ve yöre sivil mimarisine uyum sağlayabilecek nitelikte yapılması, bu konuda merkezi ve yerel idareler arasında bir birlik sağlanması ve kısa bir kontrol işleminin yapılması,

- Mimari tesislerde olduğu gibi, bu tesislerin peyzaj planlamalarında kullanılacak bitkisel elemanların yörede doğal olarak yetişen türlerden olmasına azami dikkat edilmesi,
- Yapılan hayvan otlatma faaliyetleri planlamasının, mera amenajmanları tarafından yapılarak, otlatma zamanları, dönüşümlü otlatma yapılacak alanların belirlenmesi,
- Yaylaların da yeşilin bir gün bitebileceği dikkate alınarak açık hava rekreasyonuna hizmet veren oyun alanlarındaki alpin vegetasyonu dinlendirmek ve kendisini yenilemesine fırsat verebilmek açısından dönüşümlü olarak kullanıma açılması
- Mülkiyet haklarını açıklığa kavuşturmak ve yayla ortamında kurulabilecek ikinci evlere fırsat verilmemesi
- Planlama ve uygulama çalışmalarında yöredeki üniversite ve araştırma kurumlarında ve uzun yıllardır bu yörede çalışan ekolog, havza ve mera amenajmanı, peyzaj mimarları, jeolog ve jeomorfoloğ, arkeolog, mimarlar, bölge planlamacı, orman mühendisleri gibi dallardaki uzman bilim adamlarının katılımlarının sağlanması gerekmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığının turizmin ülkemizde çeşitlendirilmesi için yaptığı çalışmalarda yaylalar önemli bir yere sahiptir. Bu doğrultuda turizmin çeşitlendirilmesi için yaylalar da; kamp, golf, kayak, mağaracılık, yamaç paraşütü, rafting, binicilik, balon, balık avlama, foto-safari, bungee jumping, oto karavan ve kampçılık gibi macera sporlarına yönelik planlama çalışmaları yapılmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 33, Aktaran İpek, 2016: 64).

3. TÜRKİYE'DE YAYLA TURİZMİ İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR

Çavuş ve Altaş'ın (2010) Trabzon'da Gelişmekte Olan Bir Turizm Merkezi: Kayabaşı Yaylası isimli çalışmasında Kayabaşı yaylasının önemli bir turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen tanıtım eksikliğinden dolayı yerli ve yabancı turistler tarafından yeterince bilinmediği, gerekli tanıtım çalışmalarının yapılmasıyla yaylanın tanınırlığının artacağı ve yaylada kullanılmayan evlerin tadilatlarının yapıp pansiyona dönüştürülmesiyle önemli bir gelir edilebileceği saptamıştır.

Daşçı ve Çomaklı'nın (2006) yaptığı çalışmada ülkemizin yayla turizmi açısından önemli bir potansiyele sahip olduğu belirtilmiş ve yaylacılık faaliyetlerinin gelenekselliğini bozmadan, modern teknoloji imkanlarının doğaya ve yaşam mekanlarına zarar vermeden sürdürülmesi bu alanların gizliliğinin kalıcı olmasına yardımcı olacağı görüşünü savunmuştur.

Ertürk ve arkadaşlarının (2000) yaptığı çalışmayla yayla alanlarının mükemmel doğa güzelliklerine sahip olduğu ve gerekli alt yapı çalışmalarının yapılmasıyla bu alanların rekreasyona açılacağı savunulmuş böylelikle yaylacı köylere ek bir gelir sağlanmış olacağı belirtilmiştir.

Doğanay (2010) çalışmasında Taşköprü yaylasının, yayla-dağ turizmi potansiyelinin yüksek olduğu belirtilmiş yayla ve yakın çevresinin doğal/kültürel ortam özelliklerine uygun olarak yerel nüfusun turizm aktivitesi ile bütünleştirilmesinin planlanması gerektiğini savunmuştur

Tapur (2009) yaptığı çalışmada Abanoz yaylasının turizm potansiyeline sahip olduğunu ve bölgenin turizm bölgesi ilan edilmesi gerekliliğini savunmuştur. Yaylada yer alan tarihi kalıntılar, doğal güzellikler, bitki örtüsü, karstik mağaralar turizm için önemli bir potansiyele sahiptir. Bunun için gerekli düzenleme ve altyapı çalışmaları tamamlanarak turizme açılması gerekliliği saptamıştır.

Zaman ve arkadaşlarının (2007) yaptığı çalışmada Kümbet yaylasının hayvancılık faaliyetinin ortaya çıkardığı geçici bir yerleşim yeri olduğu belirtilmiş ve son 15-20 yıl içerisinde turizm politikaları dahilinde hızlı bir gelişim süreci yaşadığı belirtilmiştir.

Atmış (1994) çalışmasında yaylaların doğal yapısının korunması gerektiğini savunmuş ve yaylacılıkla ilgili yasal düzenlemelerin yapılması gerektiğini belirtmiştir. Yaylaların turizm amaçlı kullanımını sağlıklı bir temele oturtacak yasalar çıkarılması gerekliliğini savunmuştur.

Özgür (1993) çalışmasında doğal çevresi ve kendine has bir kültürü içinde barındıran yaylaların, turizme açılırken beraberinde getireceği problemler üzerinde durmuş ve yapılan projeler uygulanırken atılacak adımlara dikkat edilmesi gerekliliğini savunmuştur.

Somuncu (1991) Ayder yaylasında yaptığı çalışmada bölgenin önemli bir turistik çekim merkezi olduğunu belirtmiş ve mevcut olanakları en iyi şekilde değerlendirilip doğayı tahrip etmeden kısa vadeli planlar yerine uzun vadeli planlar yaparak alınacak önlemlerle yaylanın gelecek kuşaklara aktarılması savunmuştur.

Haberal (2011) yaptığı çalışmada Rize'de bulunan yaylaları incelemiş ve yörenin tüm bu zenginliklerinden dolayı gelişip kalkınmasında turizmin en önemli kaynak olduğunu belirtmiştir. Doğa, yayla, kış, rafting (akarsu) vb. turizm faaliyetlerini geliştirmeli, kültürel değeri olan mimari dokuyu ön plana çıkarmalı, plansız yapılaşmayı engellemeyi amaçlayan önlemler alınmalı, bunları yaparken ticari bilinçle değil koruma bilinciyle hareket edilmelidir görüşünü savunmuştur.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Kırkpınar yaylasındaki doğal ve sosyo-kültürel çekiciliklerin gelecek kuşaklara aktarılması önem arz etmektedir. Yaylada yaşanan problemlerin tespiti ve bu problemlere yönelik çözüm önerilerinin getirilip bu konuda farkındalık yaratılması ve Kastamonu ve Çankırı illerinin turizm potansiyeline olumlu katkı sağlayabilecek bir destinasyonun sadece yaylayı bilenlerin gününbirlik kullanım şeklinin dışında, turizm ürünü olarak sunulmasını sağlama çalışmalarına katkıda bulunmak çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Kırkpınar yaylasının sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda geliştirilmesi ve toplumsal ve kültürel kimliğinin gelecek nesillere aktarılması, yeni bir destinasyon olarak değerlendirilmesi ve bölgenin turistik çekiciliklerine farkındalık yaratılması araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

4.1. Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Teknikleri

Araştırmanın amacına uygun olarak kümede odak grup görüşmesi yöntemiyle veriler toplanmıştır. Odak grup çalışması, az sayıda katılımcının bir araya getirilerek önceden belirlenmiş bir konu üzerinde sınırlı bir durumu çok boyutlu tartışmak amacıyla yapılandırılmış ve bir konu üzerinde, sınırlı bir durumu çok boyutlu tartışmak amacıyla yapılandırılmamış ve doğal bir ortamda tartışmalarının yapıldığı sistemli bir süreçtir. (Yıldırım ve Şimşek, 2011:183). Bu kapsamda araştırmanın amacına uygun olarak geliştirilen yarı yapılandırılmış bir mülakat formu çalışmada kullanılmıştır. Elde edilen verilerin değerlendirilmesinde betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır.

1. Ilgaz Kırkpınar Yaylası

Ilgaz' a 20 km, Çankırı'ya 65 km Kastamonu'ya 45 km uzaklıkta olan Ilgaz Kırkpınar Yaylası 1654 m rakıma sahip olup, Ilgaz ilçesi sınırları içerisinde Çankırı-Kastamonu il sınırında yer almaktadır. Ilgaz-Kastamonu Karayolu'nun 10. km.'sinde Kazancı Köyü'nden Eksik Köyüne doğru (Kastamonu Ilgaz yolu 30. kilometrede Kazancı köyünden Eksik köyüne ayrılan stabilize bir yolla ulaşılmaktadır. Yaylada yazın kullanılan 32 yayla evinin yanı sıra bir de gölet bulunmaktadır. Karaçam (Pinus nigra), sarı çam (Pinus sylvestris) ve göknar (Abies sp.) ağaçlarıyla çevrelenmiş olan yayla çayırarla kaplıdır(Kuter, 2007: 76).

1950'li yılların ilk yarısında yaylanın güney yönüne yapılan bent ile daha sonraki yıllarda beton malzeme kullanılarak sağlamlaştırılmıştır. Kırkpınar yaylasının ortasında 55.000 metrekarelik bir alana sahip bir gölet bulunmaktadır. Göletin çevresi sarıçam, karaçam, köknar ağaçları ve çayırıklarla çevrilidir. Kırkpınar Yaylası adını göleti besleyen kırk adet su kaynağından almıştır. Bölgede yaşayan halkın rivayet ettiğine göre kırk kaynaktan akan suların akış yönünün Hz. Hızır tarafından, tarafından çizildiği söylenmektedir (URL1.)

Yaylayla ilgili başka bir efsanede ise Kırkpınar'ın tepesinde, Emir Gazi Tepesi üstünde, Hz. Ali'nin devesinin, düzlükte ise Hz. Ali'nin kayasının bulunduğu rivayet edilmektedir. Yaylada bazı yıllar Keseköy Kırkpınar Yayla Şenlikleri de düzenlenmektedir. (URL2)

Kırkpınar yaylasında yaklaşık 450 civarında kuş çeşidini gözlemlemek mümkündür. Kuşların hareketleri bazı sıradışı olayların da habercisi olabilirler. Bu yüzden bölgede yapılacak kuş gözlemciliği çevre koruma açısından da önem arz etmektedir (Karaçar, 2016: 32).

Yaylanın diğer adı Emir Gazi Yaylasıdır. Literatür incelendiğinde yaylanın uzun yıllardan beri Bozan köyü mensuplarınca kullanıldığı yazmaktadır. Diğer başka bir belgede Bazar Kayısı ve Kınık köyleri mensuplarının da bu yaylayı kullandıkları belirtilmektedir. Diğer bir belgede ise yörede bulunan Kese köyü mensuplarının da yaylayı kullandıkları gözlenmektedir. Bu bağlamda bu yaylanın büyük kısmını Bozan köyü mensupları ve Bozan Yörüklerinin, daha sonra da Bazar Kayısı, Kınık ve Kese köyleri halkının kullandığı söylenebilir. Yaylanın adının, bölgenin fethinde büyük katkısı olan Danişmendli beyi Ahmed Gümüştengin Gazi'nin oğlu Emir Gazi (1105-1134)'nin adından geldiği söylenmektedir. Türbesi de Kırkpınar yaylasında bulunmaktadır (Yakupoglu, 2015: 88-89).

Yayladaki turizm potansiyeli incelendiğinde; Atlı ve yaya yürüyüş, manzara seyri, kamping, karavan, ATV gezileri, fotoğrafçılık, dağ ve doğa yürüyüşü, kuş gözlemciliği, olta balıkçılığı ve botanik turizmi yapmak isteyenler için oldukça uygun şartlara sahiptir. Bölgeyle ilgili gerekli çalışmaların yapılması dâhilinde bölgenin turistik çekim merkezi olması mümkün görülmektedir.

5. BULGULAR

Araştırmanın amacına uygun olarak geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formu, yöre halkına uygulanmış ve odak grup çalışması toplantısında yapılan görüşmeler kayıt altına alınmıştır. Daha sonra gerçekleştirilen bant çözümü işlemi sonrasında aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

1. Yaylaya Çıkış Zamanı

Keseköy halkı, genellikle yağın karın erimeye başladığı Mayıs ayının başı ve ortalarına doğru peyderpey hayvanlarıyla birlikte 12 kilometrelik orman yolunu kullanarak ve “Kışla” adı verilen bölgeden geçerek yaylaya ulaşmaktadırlar. Yaylaya çıkış süresi iki haftada tamamlanmakta bazı aileler erken, bazıları daha geç çıkmaktadır.

2. Yaylaya Çıkış Sebebi

Yaylaya çıkış nedeni olarak en başta hayvan beslemek gelmektedir. Kırkpınar yaylasında ve çevresindeki arazide ot azalınca yaylanın kuzey bölümünden geçen ve Kastamonu il sınırları içinde kalan otlaklara götürülmektedir. Yayladaki çobanlar sığırları ve koyunları yaylada ot azalmaya başladığında kuzeye doğru kaydırmaktadırlar. Diğer bir neden de kışlık odun toplamak ve süt ürünleri üretmektir.

3. Yaylada Yapılan Diğer İşler ve Üretilen Ürünler

1940'lı yıllarda Kırkpınar Yaylasında 80 yayla evi bulunmaktaydı ancak günümüzde sadece 32 yayla evi bulunmaktadır. 80 ailenin konaklayabildiği yaylada erkekler kışın yakacakları odunları temin etmek için, katır, at ve eşekleriyle odun toplama işlerini yapmaktaydılar. Büyükbaş hayvanları köyün ortaklaşa istihdam ettiği ve ücretini ödedikleri çobanlar olatmaktadır. Küçük baş hayvanları için de her ailenin koyunlarının sayısına göre bir çobanı bulunmaktaydı. Çobanlar ekseriyetle köyün ahalisi, arasından seçilmektedir. Çobanların her gün karnını doyurular ve ayrıca hayvan başına tespit edilen bir ücret ödenirdi. Dönem sonunda ailenin kaç adet hayvanı varsa hayvan başına düşen bedel çobanlara ödenmektedir. Yaylada, başta küpçük peyniri ve tereyağı olmak üzere süzme yoğurt üretimi yapılmaktadır. Yaylada üretilen ürünler Ilgaz İlçe pazarında köylüler tarafından satılmaktadır. Yaylada yaşayan her ailenin taşıma işlerinde kullandıkları birer eşiği bulunmakta ve yaylanın gençleri hazırlamış oldukları odunları toplu halde köylerine götürmekteydiler.

Yaylaya çıkmanın ana amacı üretilen ürünleri değerlendirmektir. Yayıklarda üretilen tereyağı yuvarlak tahta kutulara basılır, Çankırı'dan getirilen iri kaya tuzuyla tuzlanır, satışa hazır hale getirilirdi. Yaylada yaşayanların geçim kaynağı olan tereyağı ve süzme yoğurtlar, haftalık olarak Ilgaz'a getirilir satılırdı. Örneğin bir aile 20 bez torba dolusu süzme yoğurdu üretir, he bir torba 4-5 kg ağırlıktaydı. Torba süzme yoğurdunu eşeklerle kolay taşımak için tahtadan imal edilmiş torba

tahtaları bulunmaktaydı. Diğer bir üretim uygulaması ise, yaylaya çıkamayanlar, köyde ineği olanlar yaylaya çıkanlara ineklerini emanet ederler ve inek yaylada kaldığı müddetçe ineğin sahibine her hafta 15 kg gelecek şekilde bir torba süzme yoğurt verilir. Senelik olarak te 5-6 kg kadar tereyağı verilmektedir. Kışın oturan köyde ne yeniliyorsa yaylaya da aynı yiyecekler getirilir ve tüketilir. Dolayısıyla yaylada yenilen yiyeceklerde bir farklılık bulunmamaktadır.

4. Yaylada Kalış Süresi

Mayıs ayında çıkılan yaylada Ekim ayının sonuna kadar kalınmaktadır. Karın yağmaya başlaması köye dönmek için bir göstergedir. Günümüzde yaylaya çıkan, yaylada evi olup da hayvan besleyen köylülerin sayısı 10 aileyi geçmemekte olup, bunun nedeni olarak büyük kentlere göç gösterilmektedir. Yaylaya çıkan 10 kadar aile tarafından beslenen hayvan sayısı ise 50 civarında olup küçükbaş hayvan sayısı yok denecek kadar azdır. Bu sayıdaki hayvan için günümüzde çoban tutulmamakta köylüler az sayıdaki hayvanını kendileri otlatmaktadırlar.

5. Yayladaki Evlerin Yapısı

Evler yayla evi olarak adlandırılmaktadır. Genellikle evler tomruk keresteden imal edilmişlerdir. Ormandan özel izinle kesilen kalın tomruklar çakma denilen yöntemle birbirlerine birleştirilip duvar ve odalar oluşturulmakta ve çatıları önceki yıllarda Ilgaz köylerinde el emeğiyle üretilen Osmanlı kiremitleriyle kaplanmaktadır. Mevcut durumda bazı evler beton ve çimentodan inşa edilmiş olup çatıları sac ile kaplanmış durumdadır. Önceden inşa edilmiş olan evlerde, . evler bir oda ve odanın önünde “yağlık” denilen bir oda ve yan tarafında hayvanları bağlayacak bir ağıl bulunmaktaydı. Yayla evinin kapladığı toplam alan yan taraftaki yağlık bölümüyle birlikte yaklaşık olarak 60m² büyüklüktedir. .Ağıl bölümüyle birlikte alan la birlikte 80-100m² ye kadar çıkmaktadır. Bazı ağıllarda iki sıra üç sıra dört sıra hayvan bağlanmaktaydı.

Ilgaz dağının eteğinde yamaca kurulmuş yayla evlerinin arkası kuzeye bakmakta tüm evlerin ön kısmı mutlaka güney yönüne bakmaktadır. Otlaklara ev yapılmaz özellikle ot olmayan yerler ev yapılacak yer olarak seçilirdi. 1960’lı yılların başından itibaren yaylaya çıkma eylemi yavaşlama başlamış ve o dönemde sayıları 80 olan yayla evlerinden kullanılmayan evler yıkılmaya yüz tutmuştur. Bunun sebebi ise nüfusun yaşlanması ve gençlerin iş bulma amacıyla büyük şehirlere göç etmesi gösterilmektedir. Ancak evlerin ve işgal ettikleri arazinin vergileri, Maliye’ye ödenmeye devam etmektedir.

6. Yaylanın Turizme Açılması İle İlgili Görüşler

Katılımcılardan birin beyanına göre “Köylü sütünü, yoğurdunu tereyağını satar, ekme yapar satar. Ilgaz’da bazlama meşhur oldu. Ilgaz’da fırınlar bazlama yapmaya başladılar. Analarımızın yaptığı bazlamalar artık şimdi fırınlarda satılmaya başlandı. Yani her şeyini pazarlayabilir köy halkı. Tarlasından bahçesinden kaldırdığı meyveleri kalker getirir orda satar. Çünkü yaylaya gelecek gelecek kişi dinlenmeye geliyor para harcamaya geliyor.

7. Yaylada Sunulabilecek Hizmetler

Diğer bir katılımcı “İlk önce yaylada turizm yapacak şekilde su şebekesi kurulacak tuvaleti vs. O yapıldıktan sonra beri taraftaki şey zaten teferruata kaçır günü birlik gelenler ağacın dibinde oturuyor mangal yapıyor. Halk para kazanmaya başlayınca gelen vatandaşlara daha iyi hizmet etmek için yarışa girerler. Çünkü para kazanmaya başlayacak. Yöre halkı.”

8. Kırkpınar Yaylasındaki Belli Başlı Sorunlar

Yaylanın en önemli sorunu olarak yaylayı kullanan günübirlik ziyaretçilerin bırakmış oldukları çöpler gösterilmekte, hatta poşet ve kâğıt yiyen hayvanların hastalanıp öldükleri belirtilmektedir. Temizlik için zaman zaman Valilik ve Kaymakamlık çalışma yapmakta ancak süreklilik sağlanamamaktadır. Diğer bir sorun olarak, Kazancı köyünden Eksik Köyüne doğru girilen yolun Kırkpınar’a çıktığı yere, Kese Köyü Muhtarlığı tarafından yaylaya giriş bileti kesilen bir kulübe ve bir görevli koyulmuş, ancak çeşitli sorunlar yaşandığı için bu uygulama kaldırılmıştır.

Turistlerin gelmesinin öneminin kavranmasının yeterli olacağı bunun yanında başka teşvike gerek olmadığı ayrıca devletin hayvan besleyenlere teşviki veriyor olması gösterilmektedir.

Yaylada elektrik yoktur. Yaylaya elektriğin getirilmesi için daha önce bir girişimde bulunulmuş ancak proje bazı nedenlerle dolayı gerçekleşmemiştir. Doruk otelden yaylaya 3 km uzunluğundak geçiş yolu açılabilir ama açılmamıştır. Yaylada elektrik olmaması bir avantaj olarak ta düşünülebilir. Elektriğin gelmesi, yaylanın amacı dışında kullanılmasına ve taşıma kapasitesinin aşılmasına sebep olabileceği gösterilebilir.

Yaylanın turizme açılması durumunda yaylaya çöp bidonları koyulması, bidonların periyodik zamanlarda toplatılıp çöplerin uygun bir yere boşaltılması önerilmektedir. Önceki yıllarda, Çankırı Çevre İl Müdürlüğünden yaylaya gitmişler yaylanın pis olduğunu görmüşler, oraları ıslah etmezse Muhtarlığa ceza yazılacağını vs. söylemişlerdir. Köyün ileri gelenlerinden biri Çevre İl Müdürlüğüne cevaben bir yazı yazıp posta ile itiraz dilekçesi gönderilmesi suretiyle herhangi bir işlem yapılmamıştır.

9. Kırkpınar Yaylasının Tarihçesi

1943 yılının Kasım ayında Ilgaz'da büyük bir deprem yaşanmıştır. katılımcılar Ilgaz Dağı'nın 7 metre oturduğunu , deprem nedeniyle oluşan yarıklardan aşağıya taş atıldığında sesi 3 4 dakika sonra duyuluyordu demektedirler. Depremde oluşan yarıkların yerleri hala arazide bellidir Dağ oturunca yaylada çıkan eşmelerin tamamının suyu kesilmiştir. Bahar mevsimi geldiğinde, köyün ekili arazisi için sulama suyu gerektiğinde köylü toplanmış, Çal dağı (Yaylanın karşısındaki yüksek dağ). Boydan boya 2 - 3 metre derinliğine kazmak suretiyle su aranmış, ancak su bulunamamıştır. Yazar tarafından ilgili deprem konusunda bir araştırma yapılarak Eyidoğan ve diğ., 1991 verdikleri bilgiye göre: *26 Kasım 1943 Tosya – Ladik Depremi (Io:X, Ms:7.2). Kastamonu merkez ilçesi bu depremden VIII şiddetinde etkilenmiştir. Bu deprem de Doğuda Taşova'dan, batıda Ilgaz'a kadar uzanan ve yaklaşık 45000 km2 yi kapsayan bir bölge içinde kasaba ve köylerdeki evlerin %75'inin tümüyle yıkıldığı ya da ağır hasara uğradığı, sayısı tam olarak belirlenememiş olmakla birlikte 4000 kişinin öldüğü, 5000 kişinin de yaralandığı, doğuda Destek boğazı ile batıda Kurşunlu bölgesi arasında 250 km uzunluğunda bir yüzey kırığının meydana geldiği kayıtlarda belirtilmiştir (Eyidoğan ve diğ., 1991).*

Deprem sonrası köylüler ortaklaşa bir karar vererek, göletin alt tarafındaki bölgenin içerisini taşla toprakla doldurup küçük bir bir baraj yapmaya karar vermişlerdir. Verilen karar uygulamaya geçirilerek suyun önüne bir bent ve yapılmış ve dağdaki eriyen karın suyu gölette birikmiştir. Göletin önünü kapama işini üç köy bir araya gelerek yapmıştır.. Bu işlemin yapılmasının ardından dut mevsiminde . Bir hışırtı var köyde durulamayacak kadar bir hışırtı vuku bulmuş, . biraz sonrasında, yapılan bent suyun kuvvetiyle yıkılmış önüne geleni sürüklemeye başlamış ve tüm araziye su basmıştır. Oluşan selin etkisiyle oluşan zararı tazmin için . Kargı ve Tosya ilçelerinde yaşayanlar, üç köyü mahkemeye vermişlerdir. Bunun üzerine tekrar köylü bir araya gelmiş ve ceza yememek için yeniden ağaç kesilmiş ve bent tekrar eski haline getirilerek suyun önü tekrar kapatılmıştır. Gelen bilirkişi suyun önünün kapalı olduğunu gördüklerinde “ burası duruyor olduğu gibi “ demişler mevzu kapatılmıştır.. Sonradan arazi tamamen susuz kalınca devlete şimdiki yeri beton dökerek inşa etmiş, ve su kullanılmaya devam edilmiştir. Köylülerin tahminlerine göre bu yaşananalar 1946-1950 yılları arasında gerçekleşmiştir. Günümüzde, su basması gibi bir tehlikenin kalmadığı sonradan sonraya eski eşmelerden su çıkmaya başlamıştır. Göleti, kar suyu ve eşmelerden kaynayan su beslemektedir.

10. Yaylada Mandacılık

Mandacılık 1970 yılların başından itibaren yok olmaya başlamış 2017 yılı itibarıyla, manda besleyen bir aile kalmamıştır. Çünkü mandalar aynı zamanda, çift sürmek amacıyla beslenmekteydi. Traktör kullanım sayısı artmaya başladıktan sonra mandaların toprak işlemede kullanımı tükenmiştir. Ayrıca köyden büyük kentlere göçün hızlanması manda besiciliği tamamen sona ermiştir.

11. Keseköy İsminin Kaynağı

Ilgaz ilçesinin eski ismi Koçhisar'dır. Oğuz kabileleri Anadolu'ya gelip yerleştikleri zaman beylik merkezi, kazanın bu gün olduğu yerdedir. Şimdiki Keseköy'de ise e papaz oturumaktadır ve bir Kilise bulunmaktadır. Kilisenin kalıntılarının günümüze kadar eriştiği belirtilmektedir. Sonradan köyün ismi Kilise köyden önce Kisköy sonradan ise Keseköy olmuştur.

12. Kurtuluş Savaşında Keseköy ve Ilgaz

İnebolu'dan Ankara'ya kadar uzanan ve günümüzde "İstiklal Yolu" olarak anılan yolda eli silah tutan tüm erkeklerin askerde ve cephede olması nedeniyle, cephaneye taşıma görevi yöre kadınlarına düşmüştür. Cephaneye taşıma işi her köyün teslim aldığı cephaneyi yaklaşık 40 km uzağa götürmesi şeklinde gerçekleştirilmiştir. Ilgaz, eski adıyla Koçhisar cephaneye taşımacılığında bir lojistik merkezi işlevi görmüş, bugünkü rütbesiyle albay olan bir görevli cephaneye lojistik merkezinden sorumludur. Buraya indikten sonra Ilgaz ve köylerindeki halk indirilen cephaneyi Ankara'ya kaçırmaktadırlar. Bunun bir hikayesi de bulunmaktadır. Kaleli Hancı Halil Ağa 124 yaşında ölmüştür. O dönemde Halil ağanın 40 tane katırı vardır, 40 katırıyla birlikte Ilgaz'dan Ankara'ya cephaneye taşımıştır. Köyün o günleri yaşamış olan yaşlıları tarafından anlatıldığı üzere; Ilgaz'dan katırlarla mandalarla ve kağıt arabalarıyla Ankara'ya 8 günde gidildiği anlatılmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemizde yaylacılık faaliyetleriyle ilgili yapılan çalışmaların sayısı oldukça azdır. Kırkpınar yaylasının turizm potansiyeliyle ilgili daha önce yapılan hiçbir araştırmaya rastlanmamıştır. Kırkpınar yaylası değişim süreci yaşamaktadır. 1960'lı yıllardan günümüze yaylada hayvancılığa dayalı geleneksel yaylacılık giderek azalmaktadır. Yaylaya gelen misafirlerin büyük çoğunluğunu gününbirlikçi ziyaretçiler oluşturmaktadır. Bunun sonucunda da yaylada atık çöp problemi ortaya çıkmıştır.

Turizmin diğer çeşitlerinde olduğu gibi yayla turizmi ile ilgili olarak gerçekleştirilecek olan faaliyetlerin, Turizmi Teşvik Kanunu'ndan yararlanabilmesi için 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu kapsamı içinde gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Çeşitli devlet kuruluşları ve bakanlıklar Türkiye'de yayla turizmini geliştirmek amacıyla bu konu ile ilgili birçok alanda çalışma içerisine girmişlerdir. Yayla Turizmini geliştirmek amacıyla oluşturulan Turizm Teşvik Kanunu kapsamında birçok yayla imara açılmıştır. Ancak Kırkpınar yaylası bu teşviklerden yararlanamamıştır. Bu konuda bir farkındalık yaratılıp Kırkpınar yaylasının Kastamonu ve Çankırı turizmine açılıp işlerlik kazandırılabilir.

Sonuç olarak Kırkpınar yaylası sahip olduğu çekiciliklerle, somut ve somut olmayan kültürel mirasıyla, değerleriyle, hikâyeleriyle bölgenin yayla-dağ turizm merkezlerinden birisi olma potansiyeline sahiptir. Bu amaca ulaşılabilmesi için aşağıda sıralanan çözüm önerilerinin uygulamaya geçirilmesi, uygulayıcılara yol gösterebilir.

- Yayladaki çöp probleminin çözülebilmesi için yayladaki bazı noktalara kolay toplanabilir çöp bidonlarının konulması,
- Kırkpınar yaylasına gelecek konukların konaklayabilmeleri için geleneksel yayla evleri tipinde evler yapılması,
- Kırkpınar yaylasıyla ilgili tanıtıcı broşürlerin hazırlanması ve yaylanın tanıtımı için birtakım etkinliklerin düzenlenmesi,
- Kırkpınar yaylasının da elektiriğin olmaması yaylacılık faaliyetlerini olumsuz etkilemektedir. Ancak bu durumun devamı ekoturizm için bir avantajda görülebilir.
- Yaylaya ulaşımın kolay sağlanabilmesi için yollara yaylayla ilgili tabelalarının yerleştirilmesi, ancak yayla yolunun asla asfalt yolla kaplanmaması,
- Yaylada yaşayan insanların istek ve ihtiyaçlarının dikkate alındığı bir Kırkpınar Yaylası Turizm Eylem Planının hazırlanması ve uygulanması önemlidir.
- Yerel halkın turizm faaliyetleri ile bütünleştirilmesinin sağlanması,

- Kırkpınar yaylası doğal güzelliklere sahiptir. Gerekli alt ve üst yapı çalışmalarının yapılarak yaylanın turizme açılması önem arz etmektedir. Böylelikle köylüler de ek bir gelir etmiş olacaklardır.
- Bir başka öneriye göre, turizme bu kadar önem verildiği bir ortamda yayladakilerin fikri alınmadan yaylanın turizme açılması gerekmektedir. Yaylanın turizme açıldıktan sonra, merkezi yönetim uygulama ve yaptırım gücüyle yöre halkının buna hayır diyemeyeceği fikri de benimsenen fikirler arasındadır. Turizm söz konusu olunca yayladakiler kendi evinin yanına barınacak yeni yerlerin hazırlayabilecekleri de önerilmektedir.
- Yayladaki turizm potansiyeli incelendiğinde atlı ve yaya yürüyüşü, manzara seyri, kamping, karavan, ATV gezileri, fotoğrafçılık, dağ ve doğa yürüyüşü kuş ve kelebek gözlemciliği, olta balıkçılığı, av turizmi, çim kayağı ve botanik turizmi yapmak isteyenler için oldukça uygun şartlara sahiptir. Bölgeyle ilgili gerekli planlama çalışmalarının yapılması dahilinde bölgenin turistik çekim merkezi olması mümkün görülmektedir.
- Ayrıca yapılması gereken işlemlerden önce ilgi köy halkının ve İlçe yönetici ve sakinlerin bir araya gelip ortak akıl ile karar almaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- AKLIBAŞINDA, M, (2013). ‘‘ Yahyalı İlçesi Ve Yakın Çevresinin Peyzaj Potansiyelinin Sürdürülebilir Turizm Ve Rekreasyonel Kullanımlar Yönünden Değerlendirilmesi’’. Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- Alagöz, C. A. (1993). Türkiye’de Yaylacılık Araştırmaları. *Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 2, 1-51.
- ATMIŞ, E, (1994). " Türkiye’de Yayla Turizminde Alt Yapı Sorunları". İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Mühendisliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- AYDIN, O, (2012). ‘‘ AB’de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke Ve Türkiye’de Kırsal Turizm’’. KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Sayı 23
- AYDINÖZÜ, D. (2004). Karadeniz Bölgesi’nin İlk Yayla Kent Projesi. *Hıdırnebi, Kastamonu Eğitim Dergisi*, 12(1), 205-210.
- BİLGİÇ, İ, (2007). " Sakarya Yaylalarının Turizm Açısından Pazarlanabilirliği; Sorunlar ve Çözüm Önerileri". Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- ÇAVUŞ, A., & ALTAŞ, N. T. (2011). TRABZON’DA GELİŞMEKTE OLAN BİR TURİZM MERKEZİ: KAYABAŞI YAYLASI/A Developing Tourism Center in Trabzon: High Plateau of Kayabaşı. *Doğu Coğrafya Dergisi; Cilt 15, Sayı 23 (2010): Doğu Coğrafya Dergisi*.
- Çolak, E, (2010). "Destinasyon Bazında Marka Denklığı ve Doğu Karadeniz Yaylalarının Eko Turizm Açısından Marka Denklığıne İlişkin Bir Uygulama". Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitim Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- DAŞCI, M., & ÇOMAKLI, B. (2006). Yaylacılık ve Tarımsal Açından Önemi. *Journal of the Faculty of Agriculture*, 37(2).
- DOĞANAY, S. (2010). Doğu Karadeniz’de Yayla Turizmi Merkezlerine Yeni Bir Örnek: Taşköprü Yaylası. *Doğu Coğrafya Dergisi*.
- ERTÜRK, M., DOĞANAY, H., & GÜNER, İ. (2000). İskilip’te Yaylacılık. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 6(4).
- EYİDOĞAN, H., vd., 1991. Türkiye Büyük Depremleri Makro-Sismik Rehberi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Maden Fakültesi Jeofizik Mühendisliği Bölümü, İstanbul
- HABERAL, H, (2011). ‘‘ Yaylacılık Kültürünün Yayla Turizmi İçindeki Önemi: Rize Yaylalar Örneği’’. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi

- İpek, A, H, Z, (2016) " Turizm Destinasyonları İçin Pazarlama Stratejileri:Doğu Karadeniz Bölgesinde Destinasyon Pazarlama Stratejileri Üzerine Bir Uygulama". Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Pazarlama Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- İstanbul Ticaret Odası (1997). " Karadeniz Bölgesinde Yayla Turizminin Geliştirilmesi, Bölgesel Gelişme Ve Çevreye Uyumlu Yapılaşma". İstanbul Ticaret Odası 1997 Verileri
- KALAYCIOĞLU, O, (2017)." Balıkesir İli Yerel Yöneticilerinin Turizme ve Balıkesir Turizm Potansiyeline Bakış Açılımları." Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- KUTER, N, (2007). " Çankırı Kenti Ve Çevresinin Turizm Açısından Değerlendirilmesi". ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi, Sayı 11
- Morgül, Ş. M. (2006)." Trakya Bölgesinde Kırsal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesine İlişkin Analiz: Kırklareli Örneği." Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- ÖZGÜR, H, (1993). " Trabzon İlinde Turizm Merkezi Olarak İlan Edilen Yaylaların Yeşil Turizm Açısından Değerlendirilmesi". Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Peyzaj Yüksek Mimarı
- SOMUNCU, A. G. M. (1994). RİZE-AYDER YAYLASINDA TURİZM. *Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, 3, 255-273.
- SÜTLÜ, E, (2009). " Fırtına Havzası'nda Yaylaların ve Yaylacılığın Zaman İçerisindeki Değişimi ve Ortaya Çıkan Bazı Çevresel Sorunlar". Artvin Çoruh Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Orman Mühendisliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- TAPUR, T, (2009). " Abanoz Yaylası: Mersin". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 21
- TEKİN, Ö, (2014). " Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Konya'da Ekoturizm Rotaları". Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- ULUSAN, Y, BATMAN, O, (2010). " Alternatif Turizm Çeşitlerinin Konya Turizmine Etkisi Üzerine Bir Araştırma". Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 23
- YAKUPOĞLU, C. (2015)." Selçuklulardan Bugüne Çankırı'nın Koçhisar Kazası Yaylakları ve Bunlara Konan Köyler." *Marmara Türkiyat Araştırmaları Dergisi* Cilt II, Sayı 2
- YALÇINALP, E, (2005). " Trabzon'da Bazı Turizm Merkezleri Ölçeğinde Yayla Turizminin Eko Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi". Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Peyzaj Yüksek Mimarı
- Yıldırım, A, ve Şimşek, H, (2011) " Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yonca, Y, (2014). " Kadirli'de Yaylacılık Faaliyetleri". Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- ZAMAN, M, ŞAHİN, F, İ, BAYRAM, N, (2007). " Doğu Karadeniz'de Alternatif Bir Turizm Merkezi: Kümbet Yaylası". *Doğu Coğrafya Dergisi*, Sayı 17
- URL1:(<http://www.haberci18.com/yaz-kis-cennet-bahcesi-kirkpinar-yaylasi-ozel-haber/12802/>). ET: 27.08.2017
- URL2:(<http://www.hurriyet.com.tr/yaz-kis-cennet-bahcesi-iligaz-196225>).ET: 11.08.2017

EK1.

Kaynak Kişiler ve Keseköy Odak Grup Çalışması Katılımcıları

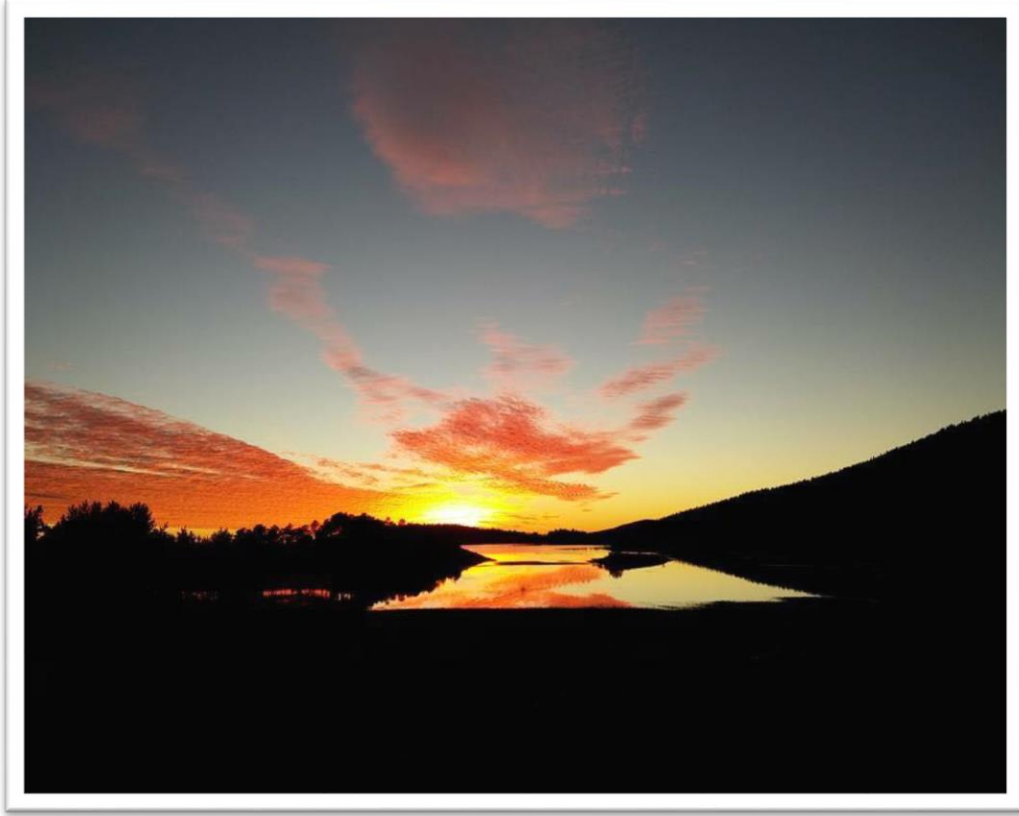
Yer ve Tarih Ilgaz Keseköy 10.11.2017

	ADI SOYADI	YAŞI	MESLEĞİ
1	İbrahim Uzun	85	Emekli Komiser
2	İbrahim Yavuz	69	Emekli
3	Mehmet Uğurlu	71	Emekli
4	Arif Uğurlu	71	Emekli
5	Osman Küsmez	82	Emekli
6	Yunus Yavuz	82	Emekli
7	Recep Ünal	78	Emekli
8	Arif Kırkpınar	72	Emekli Asker
9	Talat Kırkpınar	85	Çiftçi
10	Murat Kırkpınar	57	Çifçi
11	İbrahim Kırkpınar	67	Köy Muhtarı

EK2. Kırkpınar Yaylasından Görüntüler



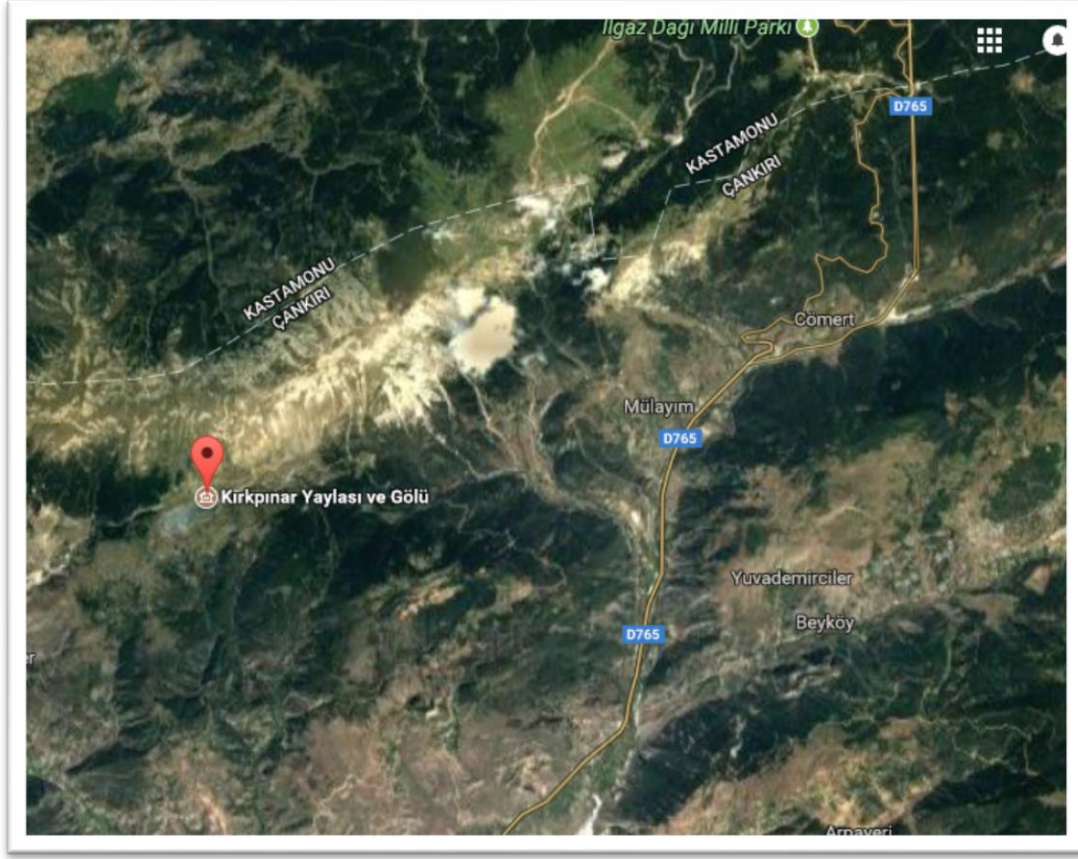
Fotoğraf 1. Kırkpınar Yaylasından bir görüntü



Fotoğraf 2. Kırkpınar Yaylasından bir görüntü



Fotoğraf 3. Kırkpınar Yaylasından bir görüntü



Fotoğraf 4. Kırkpınar Yaylasının Uydu Görüntüsü



Fotoğraf 5. Kırkpınar Yaylasından bir görüntü

Ilgaz Dağı Milli Parkı

T.C.
ORMAN VE SU İŞLERİ BAKANLIĞI
DOĞA KORUMA VE MİLLİ PARKLAR GENEL MÜDÜRLÜĞÜ



Yürüyüş ve Bisiklet Rotaları Haritası



Daha fazla bilgi için: www.milliparklar.gov.tr

Ilgaz Dağı Milli Park Müdürlüğü

Adres: Hepkebirler mah. Sakarya cad. No:20 Kastamonu
Tel: 0 366 212 02 80 Fax: 0 366 212 02 90

Orman, Su Varsa Hayat Var.

TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE COĞRAFI İŞARETLER

Prof. Dr. Şaban ESEN
Bartın Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
sabanesen@bartin.edu.tr

Özet

Bilindiği üzere coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibariyle kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir. Türkiye’de şu ana kadar 209 coğrafi işaret tescilli yapılmış, 345 kadar coğrafi işaret de tescil için sırada beklemektedir. Ancak yapılan araştırmalar Türkiye’de 2 bin 500’ün üzerinde coğrafi işaret potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bu yönüyle coğrafi işaretlerin öneminin yeni yeni anlaşıldığı söylenebilir.

Coğrafi işaretlerin en önemli özelliklerinden biri, korudukları menfaatin kişiye has değil bölgeye/yöreye has bir özellik göstermesidir. Bu nedenle tescilli bir coğrafi işaretin ününden/bilinirliğinden belirli bir bölge halkının yararlanması söz konusudur. Coğrafi işaretlerin en önemli işlevi kırsal kalkınma veya bölgesel kalkınmaya önemli bir katkı sunuyor olmasıdır. Coğrafi işaret türlerinden olan tarımsal ürünler, yiyecek çeşitleri, hediyeelik eşya ve bölgeye has doğal güzellikler yılın belirli zamanlarında veya yıl boyunca sürekli bir çekim unsuru olabilmektedirler. Bu çekicilik unsuru nedeniyle bölge sürekli bir ekonomik ve kültürel faaliyet içinde yer alır. Örneğin, yöreye has bir yemek insanları o bölgeye düzenlenen bir geziye katılmaya teşvik edebilir.

Bu çalışmada, Türkiye’deki tescilli ve tescilsiz coğrafi işaretlerin turizm potansiyeli üzerinde durulacaktır. Yukarıda da ifade edildiği üzere, Türkiye’deki tescilli ve tescil bekleyen coğrafi işaretlerin hangilerinin sürdürülebilir turizme katkı sağlayacağı, kavramsal bir yaklaşımla incelenmeye çalışılacaktır. Bir fikri mülkiyet konusu olan coğrafi işaretlerle ilgili veriler, Türk Patent ve Marka Kurumu (eski ismi Türk Patent Enstitüsü) kaynaklarından yararlanılarak hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: sürdürülebilir turizm, turizmde sürdürülebilirlik, coğrafi işaret, geleneksel ürünler.

SUSTAINABILITY IN TOURISM AND GEOGRAPHICAL INDICATIONS

Abstract

As is known, a geographical indication is a indication indicating a product identified with a locality, area, region or country where it originated in terms of its distinctive character, reputation or other characteristics. So far, 204 geographical indications have been registered in Turkey and 240 geographical indications are waiting for registration. However, the research shows that there are over 2,500 geographical indications potency in Turkey. In this respect, it can be said that the preface of the geographical indications is newly understood.

One of the most important features of geographical indications is that the area they protect is unique to the region / region, not the person. For this reason, a registered geographical waste is known to be beneficial to a certain people of the region. The most important function of geographical indications is that it offers an important contribution to rural development or regional development. Agricultural products, food varieties, souvenirs and natural beauties, which are geographical indication types, can be a constant attraction factor at certain times of the year or throughout the year. Because of this attractiveness, the region is involved in a continuous economic and cultural activity. For example, a meal of a local specialty can encourage people to take part in a trip organized in that area.

Keywords: sustainability in tourism, geographical indications, traditional products.

1. GİRİŞ

Bir bölgeye olan talep bölgenin kültürel unsurları, doğal özellikleri, tarihi değerleri vb. gibi varlıklarına bağlı olarak değişkenlik gösterir. Eğer deniz-kum- güneş eksenini ön plana çıkıyorsa o bölgede yoğunluk yaz aylarında artar diğer aylarda yoğunluk azalır. Türkiye’de belirli bölgelerde iklimsel özelliklere bağlı olarak yaz aylarında yoğunluklar yaşanmakta (Akdeniz ve E Bölgeleri gibi) diğer aylarda ise nüfus yoğunluğu normale dönmektedir. Genel anlamda Türkiye’de turizm hareketleri yaz aylarında daha yoğunlaşmaktadır.

Bu çalışmada ele alınan ve incelenen coğrafi işaretli ürünler de (bunlar yiyecek-içecek türleri, tarımsal ürünler, hediyelik eşya, doğal unsurlar ve hayvan türleri şeklinde sınıflandırılabilir) bölgenin çekiciliğini belirli zamanlarda artıran bir özellik taşımaktadır. Coğrafi işaretli ürünler adına çeşitli yörelerde bir haftayı bulan etkinlikler düzenlenmekte ve turizmin sürdürülebilir kılınmasına katkıda bulunmaktadır. Özellikle yiyecek-içecek türündeki coğrafi işaretli ürünler ise yılın her zamanı doğal bir çekicilik unsuru taşımaktadır. İnsanların bir kısmı belirli bir yiyecek türünü yerinde test etmek için bu tür turizm aktivitelerine katılmaktadırlar.

2. COĞRAFI İŞARET NEDİR?

22.12.2016 Tarih ve 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu 34. Maddesinde Coğrafi işaret; “belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaret”, şeklinde tanımlanmaktadır.

Coğrafi işaretler menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılır(Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017).

2.1. Menşe Adı

Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri tanımlayan adlar menşe adıdır. Menşe adları sadece ait oldukları coğrafi bölgede üretilirler. Çünkü ürün, niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilir. Menşe adına Finike Portakalı ve Malatya Kayısısı örnek gösterilebilir(Tepe, 2008,s.12).

2.2. Mahreç İşareti

Coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlayan adlar mahreç işaretidir. Mahreç işaretlerinin, ürünün özelliklerinden en az biri o yöreye ait olmakla birlikte, yöre dışında da üretilebilmesi söz konusudur. Ürünün yöre ile bağı sadece ünü de olabilir. Mahreç işaretine Antep Baklavası, Hereke İpek Halısı örnek gösterilebilir. Coğrafi bir yer adı içermese dahi menşe adı ve mahreç işaretinde yer alan şartları taşıyan bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak kullanılan, günlük dilde yerleşmiş ve coğrafi bir yer adı içermeyen adlar da menşe adı veya mahreç işareti olabilir (Gökovalı, 2007,s.145).

2.3. Geleneksel Ürün Adı

Menşe adı veya mahreç işareti kapsamına girmeyen ve ilgili piyasada bir ürünü tarif etmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanıldığı kanıtlanan adlar, aşağıdaki şartlardan en az birini sağlaması halinde geleneksel ürün adı olarak tanımlanır (Türk Patent Enstitüsü., 2014).

- Geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması.
- Geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması.

Geleneksel ürün adına örnek olarak, baklava, lokum, hoşmerim, pastırma vb. ürünler verilebilir.

3. COĞRAFI İŞARETİN ÖNEMİ

Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescili tek bir üreticinin haklarını değil, tescil belgesindeki şartlara uygun üretim yapan ve pazarlayanların tümünün haklarını korur. Çünkü tescil yöresel, bölgesel ve ülkesel genelliğe sahip olup, sağladığı haklar belli bir kişiye veya bazı kişilere bağlanamaz. Coğrafi işaretin ve geleneksel ürün adının amacı, tescile konu olan ürünün üretimi, kaynağı gibi bir takım genel niteliklerine bağlı özelliklerden ötürü belli bir üne kavuşmuş ürünlerin korunmasını sağlamaktır. Örneğin leblebi için “Çorum Leblebisi” ibaresi, halı için “Kars El Halısı” ibaresi, kaymak için “Afyon Kaymağı” ibaresi belirli bir kalitenin işareti olarak ortaya çıkmaktadır. Tüketiciler söz konusu yöre adıyla satılan ürünleri o yöre adına duydukları güven nedeniyle, diğer

yerlerde üretilenlere tercih edebilirler. Bu nedenle bir ürün için belirli bir kalite ve aitlik işareti haline gelmiş yer adlarının coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı olarak koruma altına alınmasında o yöre halkının menfaatlerinin korunması açısından büyük fayda vardır. Coğrafi işaretler ve geleneksel ürün adları, ayrıca, ürüne pazarlama gücü katar ve ürünün gerçek üreticilerini koruyan kolektif bir hak olduğundan kırsal kalkınmaya aracılık eder ve ülke ekonomisine katkı sağlar. Ayrıca bu koruma ile sahte üretimlerin engellenmesi mümkün olduğundan, ürünün gerçek üreticisinin yaşayabileceği olası kazanç kayıpları da önlenmiş olur. Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adını tescil ile korumanın amaç ve faydalarından biri de, bu tescil ibarelerinin gerekli özelliklere haiz olmayan sahte ürünler üzerinde kullanılmasının önüne geçilerek, tüketicinin yanıltılmasına engel olunması ve tescilli ürünün ününden faydalanılmaması, dolayısıyla tüketicinin korunmasına yardımcı olmaktır. Yukarıda dile getirilen ekonomik faydalarının yanı sıra coğrafi işaret ve geleneksel ürün adları, kültürün korunması açısından da yüksek öneme sahiptir. Bölgelere özgü üretimleri tescil yoluyla korumayı ve yok olmalarını önlemeyi amaçlar (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2017).

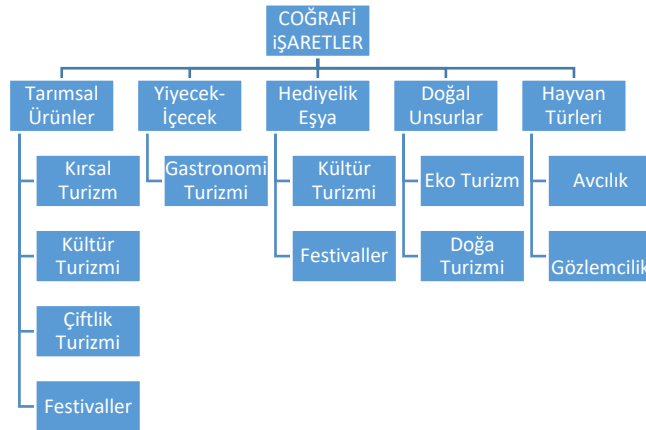
4. COĞRAFI İŞARET VE GELENEKSEL ÜRÜNLERİN TURİZMDE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE İLİŞKİSİ

Öncelikle bu çalışmada turizmde sürdürülebilirlik kavramından ne anlaşıldığı kısaca ifade edilecek ve çalışmanın bundan sonraki süreci buna göre yapılandırılacaktır.

Turizmde sürdürülebilirlik veya sürdürülebilir turizm ile ifade edilmek istenen, turizmin ana kaynağının doğal, kültürel, sosyal, tarihi ve çevresel kaynaklar olduğu bilinci ile turizm endüstrisi, turistler, çevre ve yerel halk arasındaki karmaşık ilişkiler sonucu ortaya çıkan sorunları azaltmaya çalışan bir yaklaşım (Kınacı vd., 2011: 85) anlaşılmalıdır. Sürdürülebilir turizmin, turizmin gelişmesine bağlı olarak elde edilen gelirlerin ekonomiye ve topluma adil olarak dağıtılması ve aynı zamanda kaynakların ve çevrenin sürdürülebilir kullanılması gerekliliği üzerine odaklandığını belirtmektedir(Durlu Özkaya vd.2013). Dünya Turizm Örgütü'nün tanımına göre sürdürülebilir turizm, ziyaretçilerin, sektörün, çevrenin ve yerel halkın ihtiyaçlarına yönelik olarak turizmin bugünkü ve gelecekteki sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri hesaba katan bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir (Kan, Gülçubuk, & Küçükçongar, 2012, s.94)

Bu açıdan bakıldığında coğrafi işaretler ve geleneksel ürünler tam da bu misyona uygun bir rol oynamaktadırlar. Bu çalışmanın yayına hazırlandığı tarihte, Türkiye'de 209 Adet tescilli, 345Adet tescil bekleyen coğrafi işaret vardır. Diğer taraftan, Ankara Ticaret Odası tarafından düzenlenen (2017) "Coğrafi İşaretli Ürünler Zirvesi'nde Türkiye'de 2500'ün üzerinde coğrafi işaret potansiyeli olan ürün olduğu bunun sadece 200 tanesinin tescil edildiği ifade edilmektedir (<http://www.ankara.gov.tr/cograf-i-isaretli-urunler-zirvesi>). Genel olarak değerlendirildiğinde coğrafi işaret türleriyle ilişkilendirilebilecek turizm türleri aşağıdaki tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1: Coğrafi İşaretli Ürünler ve Sürdürülebilir Turizm Örnekleri



Kaynak: Türk Marka ve Patent Kurumu verilerinden yararlanılarak yazar tarafından derlenmiştir.

Çalışkan ve Koç (2012, s.193-214) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye'nin ürün festival envanteri ile tescilli yapılan coğrafi işaretler karşılaştırıldığında, 179 coğrafi işaretin 38'inin aynı zamanda tanıtım amaçlı festivalleri de düzenlenen ürünler olduğu belirlenmiştir. Türkiye'deki coğrafi işaretlerin yaklaşık dörtte biri (%25,8) öteden beri festival etkinlikleri ile tanıtılan, bir yöreye özgü ünlenmiş ürünlerdir. Bunların 18'i tarımsal ürün kategorisinde (Isparta gülü, Maraş biberi, Osmaniye fıstığı, Malatya kayısı, Kırkağaç kavunu vb.) yer almaktadır. Bunun yanı sıra Isparta halısı, Erzincan bakır işlemeciliği, Eşme Yörük kilimi, Devrek bastonu ve Çarşıbaşı keşanı gibi el sanatları da tanıtım festivalleri bulunan coğrafi işaretlerdir (Tablo 1). Söz konusu 38 coğrafi işaret toplam 35 festivalde temsil edilmektedir. Bunun nedenleri ise Antep fıstığı için hem Gaziantep il merkezinde hem de Nizip ilçesinde iki ayrı festival düzenlenmesi ile bazı festivallerin birden fazla yerel ürünü kapsamasıdır. Örneğin, Maraş biberi ile Maraş dondurması, Isparta gülü ile Isparta halısı, Mustafakemalpaşa tatlısı ile Kemalpaşa tatlısı için ortak festivaller düzenlenmektedir. Tanıtım festivaline sahip coğrafi işaretlerin coğrafi bölgelere dağılımı genel olarak dengeli olsa da, Karadeniz Bölgesi üç festivali ile en sonda yer almaktadır. Coğrafi işaret potansiyeli taşıyan yerel festivallerin coğrafi bölgelere göre dağılımı incelendiğinde ise bu tür festivallerin en fazla Ege Bölgesi'nde (95 festival) ve İç Anadolu Bölgesi'nde (77 festival) yapıldığı görülmektedir. Bu türden festivallerin sayıca en az olduğu bölge ise Güneydoğu Anadolu Bölgesi'dir (10 adet). Her coğrafi bölgede tarımsal ürünlerle ilgili festival sayısının diğer ürün gruplarını temsil eden festivallerden daha fazla olduğu belirlenmiştir.(Tablo 2).

Esen (2017) tarafından yapılan bir çalışmada ise 81 İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'ne gönderilen bir soru formunda coğrafi işaretli ürünlerle ilgili ilinizde herhangi bir etkinlik yapıyor mu, sorusuna 32 müdürlükten cevap gelmiş ve 20 tanesi coğrafi işaretli ürünlerle ilgili yılın belli bir zamanında etkinlik yapıldığını, 12 tanesi ise yapılmadığını beyan etmişlerdir.

Tablo 2: Türkiye'de Düzenlenen Başlıca Geleneksel Ürün ve Coğrafi İşaretli Etkinlikler

Etkinliğin Adı	Yer	Tarih	Ürün Grubu
AKDENİZ BÖLGESİ			
Üzüm Bayramı ve Kültür Festivali	Tarsus/Mersin	27 Temmuz	Tarımsal Ürünler
Kayısı Şenliği	Mut/Mersin	Haziran'ın 2. Haftası	Tarımsal Ürünler
Isparta Gül, Halı Festivali	Isparta	6-8 Haziran	Tarımsal ve Hediye Eşya
Kırmızı Biber, Tarhana ve Dondurma Festivali	Kahramanmaraş	Ağustos	Tarımsal Ürünler
Fıstık Festivali	Osmaniye	Eylül 4. Haftası	Tarımsal Ürünler
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ			
Geleneksel Bağ ve Bal Teşvik Müsabakası	Merkez/Elazığ	Ekim	Tarımsal Ürünler
Kültür, Sanat, Tulum Peyniri, Leblebi ve Bakır Festivali	Erzincan	10-14 Ağustos	Hayvansal Gıda Ürünleri

Kültür, Turizm ve Üzüm Festivali	Üzümlü/Erzincan	20-21 Eylül	Tarımsal Ürünler
Kayısı Şenliği	Merkez/Malatya	20 Temmuz	Tarımsal Ürünler
Bağ Bozumu Şenlikleri	Arapgir/Malatya	Eylül Ayının 1. Haftası	Tarımsal Ürünler
EGE BÖLGESİ			
Çay Vişne Festivali	Çay/Afyonkarahisar	Temmuz Ayının 2. Haftası	Tarımsal Ürünler
Kale Biber Festivali	Kale/Denizli	23-24 Temmuz	Tarımsal Ürünler
Kavun Kültür Festivali	Kırkağaç /Manisa	12 Ekim	Tarımsal Ürünler
Uluslararası Eşme Turistik Kilim, Kültür ve Sanat Festivali	Eşme/Uşak	24-26 Haziran	Geleneksel El Sanatları
Uluslararası Çini Festivali	Merkez/Kütahya	13 Temmuz	Geleneksel El Sanatları
Şaban Dede Leblebi ve Bahar Şenliği	Tavşanlı/Kütahya	Haziran Ayı	Geleneksel-Yöresel Yemek
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ			
Nizip Antep Fıstığı Festivali	Nizip / Gaziantep	4-5 Eylül	Tarımsal Ürünler
Altın Fıstık Şenliği	Merkez / Gaziantep	1 Eylül	Tarımsal Ürünler
Çiğ Köfte Şenliği	Merkez / Şanlıurfa	3 Ocak	Geleneksel-Yöresel Yemek
Siirt Fıstığı Teşvik Yarışması ve Bal Festivali	Siirt	14-22 Eylül	Tarımsal Ürünler
Pervari Bal Şenliği	Pervari / Siirt	5 Eylül	Hayvansal Gıda Ürünleri
Kültür, Sanat ve Karpuz Festivali	Merkez / Diyarbakır	Eylül	Tarımsal Ürünler
İÇ ANADOLU BÖLGESİ			
Uluslararası Lüle Taşı Şenliği	Merkez / Eskişehir	21 Eylül	Dekoratif ve diğer ürünler

Taşpınar Kültür, Turizm ve Halı Festivali	Taşpınar / Aksaray	Temmuz	Geleneksel El Sanatları
Uluslararası Çubuk Turşu ve Kültür Festivali	Çubuk / Ankara	Eylül	Geleneksel – Yöresel Yemek-Yiyecekler
Kalecik karası Üzüm Festivali	Kalecik / Ankara	Eylülün 1. Haftası	Tarımsal Ürünler
Pastırma Tanıtma Günü	Merkez / Kayseri	Ekimin 1. Haftası	Hayvansal Gıda Ürünleri
Yamula Patlıcan Kültür Festivali	Kocasinan / Kayseri	12 Ağustos	Tarımsal Ürünler
KARADENİZ BÖLGESİ			
Uluslararası Devrek Baston ve Kültür Festivali	Devrek / Zonguldak	Temmuzun 3. Haftası	Geleneksel El Sanatları
Çarşıbaşı Keşan, Kültür ve Balıkçılık Festivali	Çarşıbaşı / Trabzon	Temmuz	Geleneksel El Sanatları
Uluslararası Kültür Sarımsak ve Kendir Festivali	Taşköprü / Kastamonu	Eylül Ayının 1. Haftası	Tarımsal Ürünler
MARMARA BÖLGESİ			
Zeytin Festivali	Gemlik / Bursa	--	Zeytin ve Zeytinyağları
Mustafakemalpaşa Kurtuluş Bayramı ve Tatlı Şenliği	Mustafakemalpaşa / Bursa	--	Tatlı ve Şekerleme
Yağcı bedir Halı Festivali	Sındırgı / Balıkesir	22 Eylül	Geleneksel El Sanatları
Pişmaniye Gecesi	Merkez / Kocaeli	7 Mart	Tatlı ve Şekerleme Ürünleri

Kaynak: (Çalışkan & Koç, 2012, s.203)

Yukarıda da belirtildiği üzere gerek tarımsal ürünler ve gerekse yiyecek-içecek türü coğrafi işaret potansiyeli olan ürünler belirli bir çekiciliği ifade etmekte ve ilgili coğrafi sınırlar içinde bir turizm hareketliliği sağlamaktadır.

Bununla beraber özellikle yiyecek-içecek türündeki coğrafi işaretler ise yılın belirli bir zamanına değil bütün bir yıla yaygınlaştırılabilmektedir. Türkiye'nin zengin mutfak kültürü gerek yerli ve gerekse yabancı ziyaretçiler için başlıca bir çekiciliğe sahiptir. Tablo 3'de bölgelerimize göre yemek türleri açısından bölgelerin potansiyeli sunulmaktadır.

Tablo 3: Bölgelerin Yemek Çeşidi Potansiyeli

Bölgeler	Yemek Türü	
İç Anadolu	455	
Doğu Anadolu	425	
Güneydoğu Anadolu	398	
Karadeniz	397	
Akdeniz	184	
Marmara	184	<i>Kaynak: Ankara ATO Raporu 2008</i>
Ege	162	Esen (2016), tarafından yapılan

bir araştırmada, coğrafi işaretli ürünlerin bölgelere göre dağılımı Tablo 4'de gösterilmiştir. En fazla coğrafi işarete sahip bölge Ege Bölgesi, İç Anadolu ve Karadeniz bölgeleri öne çıkmaktadır.

Bölgeler	Tablo 4: Tescilli Coğrafi İşaret Türlerinin Bölgelere Dağılımı ⁹					
	Tarım	Gıda	Hed.Eşya	Doğal Kaynak	Hayvan	Toplam
Marmara	4	11	7		1	23
Ege	14	5	16	2		37
Akdeniz	9	9	3			21
İç Anadolu	4	13	8	1	1	27
Karadeniz	8	12	6			26
Doğu Anadolu	5	7	5		1	18
Güneydoğu Anadolu	5	12	5			22
Toplam	49	69	50	3	3	173

Kaynak: Esen: 2016 (TPE verilerinden yazar tarafından derlenmiştir)

Diğer taraftan coğrafi işaretler açısından henüz ön plana çıkmamış illerimiz de söz konusudur. Tablo 5'de görüldüğü üzere 24 tane ilimizde henüz coğrafi işaretli ürün tescili gerçekleşmemiştir. 14

⁹Bu tabloda Sümer A.Ş tarafından Türkiye genelinde tescil edilen 20 adet yöresel el halısı bölgelere göre dağıtılmış olup, "Pızırık El Halısı, Süper İnce Kilim ve Türkmen El Halısı'nin hangi yöreye ait olduğu tespit edilemediğinden tabloya dahil edilmemiştir. Ayrıca Mey İçecek A.Ş. tarafından tescil edilen alkollü içkiler ve likörler ile yabancı firmalar adına tescilli ürünler de listeye dahil edilmemiştir.

ilimizde ise sadece 1'er adet coğrafi işaretli ürün tescili vardır. En fazla coğrafi işaret tescili olan il ise 11 ile İzmir ilidir (Tablo 5).

Tablo 5: Coğrafi İşaretli Ürünlerin İllere Dağılımı

Adet	İller
0	Ağrı, Amasya, Artvin, Bilecik, Bingöl, Bitlis, Bolu, Çankırı, Hakkari, Kırklareli, Kırşehir, Muş, Nevşehir, Niğde, Tekirdağ, Tunceli, Bayburt, Karaman, Kırıkkale, Batman, Şırnak, Iğdır, Yalova, Düzce (24)
1	Adana, Adıyaman, Elazığ, Giresun, Hatay, Ordu, Rize, Sinop, Zonguldak, Aksaray, Bartın, Ardahan, Kilis, Osmaniye (14)
2	Ankara, Antalya, Aydın, Burdur, Eskişehir, Gümüşhane, Kastamonu, Kütahya, Malatya, Sakarya, Şanlıurfa, Uşak, Yozgat (13)
3	Çanakkale, Çorum, Diyarbakır, Erzincan, Konya, Muğla, Trabzon, Karabük (8)
4	Edirne, Isparta, Kars, K. Maraş, Sivas, Tokat (6)
5	Bursa, Kocaeli, Samsun, Siirt (4)
6	Afyon, Balıkesir, Denizli, İçel, Mardin (5)
7	Erzurum, İstanbul (2)
8	Gaziantep, Manisa (2)
10	Kayseri (1)
11	İzmir (1)

Kaynak: Esen, 2017

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, coğrafi işaretli ürünler ile geleneksel ürünlerin turizmde sürdürülebilirliğe katkı sağlayacağı iddia edilmektedir. Gerçekten de Türkiye'deki coğrafi işaretli ürünlerin büyük bir kısmının, özellikle tarımsal ürünler ve yiyecek-içecek türlerin turizmde sürdürülebilirliğe önemli katkıları söz konusudur. Yukarıda da bahsedildiği üzere özellikle tarımsal ve yiyecek-içecek açısından Türkiye'de yılın belirli dönemlerinde etkinlikler düzenlenmekte, bazı durumlarda ise yılın tamamında ilgili ürünün olduğu bölgelere yapılan turistik ziyaretlerde yöreye has yiyecek ve içecekler oldukça yoğun talep edilmektedir. Örneğin, Bartın ilinin Amasra ilçesi kendine özgü salatasıyla ve balık restoranlarıyla popüler olması nedeniyle, gününbirlik kültür turlarının öğlen veya akşam yemeklerinde balık ve salata mutlaka yer almaktadır. Yine Güneydoğu Bölgesi başta olmak üzere, kültür turlarının tamamında yöreye has yemek türleri katılımcılar tarafından mutlaka tadılır.

Bir diğer coğrafi işaret türü olan tarımsal ürünler de, en az yiyecek-içecek kadar popüler bir çekim unsurudur. Yiyecek-içeceklerden farklı olarak tarımsal ürünler bulunduğu veya üretildiği alanların dışında da satılabilmektedir. Örneğin Manisa Kırkağaç Kavunu, Diyarbakır Karpuzu, Bursa Siyah İnciri ve Finike Portakalı gibi.

Türkiye'de hayvan türleri ve doğal kaynaklı coğrafi işaret sayısı kısmen sınırlı olmakla beraber, Pamukkale travertenleri gibi doğal oluşumlar yılın on iki ayı ziyaretçi çekebilme kabiliyetine sahiptir.

Çalışmada da ele alındığı üzere, kayıtlı olsun veya olmasın coğrafi işaret potansiyeli olan ürünler; Türkiye'nin tüm bölgelerinde turizmle ilişkilendirilsin veya ilişkilendirilmesin hem ekonomik kalkınmaya hem de sosyo-kültürel aktivitelerin artmasına önemli bir ivme kazandırmaktadır.

KAYNAKÇA

- 22.12.2016 Tarih ve 6769 Sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu (2016).
Ankara Ticaret ve Sanayi Odası . (2008). Ankara: Ankara Ticaret ve Sanayi Odası .
Çalışkan, V., & Koç , H. (2012). Türkiye’de Coğrafi İşaretlerin Dağılım Özelliklerinin Ve Coğrafi İşaret Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 193-214.
Durlu, Ö. G., Sünnetçioğlu , S., & Can, A. (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 13-20.
Esen, Ş. (2016). Bir Farklılaşma Stratejisi Olarak Coğrafi İşaretler Ve Türkiye İncelemesi. *14. Uluslararası Türk Dünyası Kongresi* , (s. 123-135). Gostivar/ Makedonya.
Esen, Ş. (2017). Türkiye’deki Coğrafi İşaretli Ürünlerin Eko Turizm Potansiyeli. *4. Avrupa Eko Turizm Konferansı*. Karabük/Safranbolu.
Gökovalı , Ü. (2007). Coğrafi İşaretler Ve Ekonomik Etkileri. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Sayı:2, Cilt:21*, 141-160.
Kan, M., Gülçubuk, B., & Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22)*, 93-101.
Kınacı, B., Pehlivan, N., & Seyhan , G. (2011). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Pegem .
Tepe, S. (2008). *Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri, Uzmanlık Tezi*. Ankara: TPE.
Türk Patent Enstitüsü. (2014). *Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı 2015-2023*. Ankara: Ankara: TPE.
Türk Patent Ve Marka Kurumu. (2017). *Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları*. Ankara: Türk Patent Ve Marka Kurumu.
(<http://www.ankara.gov.tr/cografi-isaretli-urunler-zirvesi>)
<http://www.turkpatent.gov.tr/TurkPatent/resources/temp/6B3F914C-E72C-437C-8A30-F50C51DE0A23.pdf>

SUSTAINABLE TOURISM THROUGH SUSTAINABLE DESIGN: A CASE STUDY ON QUAYSIDE HOTEL MELAKA, MALAYSIA

Teach. Assist. Muhammad Danial Bin Ismail
Kastamonu University, Faculty of Engineering and Architecture
mdismail@kastamonu.edu.tr

Res. Assist. Türkan Sultan YAŞAR İSMAİL
Kastamonu University, Faculty of Engineering and Architecture
tsyasar@kastamonu.edu.tr

Abstract

Melaka, Malaysia was listed as a UNESCO heritage site in 2008 due to its maritime history as one of the most important international trading port of south east Asia during the reign of the Melaka sultanate in between the 14th and 15th century and colonial eras during the 15th and 17th century. Due to the city being designed as a port city, many economic infrastructures were built along the Melaka river. In the year 2012 a 17th century old Dutch warehouse situated along the Melaka river was planned to be developed into a hotel and restaurant. The warehouse and the plot is protected under the UNESCO heritage act and only limited work can be made on the structure and site. The hotel was designed and built around the UNESCO guidelines and the project was completed in 2013. The project included sustainable design elements in the interior and furniture design using recycled local materials and repurposing elements of the original warehouse structure back into the interior design scheme. Overall, the project made use of an old storage warehouse heritage site and turned it into a touristic hotel that exercised sustainable design strategies, employs local workers, serves local cuisine, exhibits local art in its gallery and contributes to the blooming tourism industry in Melaka Malaysia.

Keywords: Sustainable Tourism, Sustainable Design, Heritage Building, Melaka, Malaysia.

1. INTRODUCTION

Malaysia is situated in South East Asia's tropical climate and popular for the biodiversity of flora, fauna, breath taking beaches, rainforests and history. Melaka is a city situated 176 kilometres away from Kuala Lumpur, on the west coast of the peninsular of Malaysia. Melaka is one of the most popular tourist destination for local and international tourists throughout the year besides Penang, Pahang, Terengganu, Kuala Lumpur and East Malaysia Borneo. In 2015 the total number of tourists that visited Melaka recorded to be 8.48 million visitors, and in 2016 the number of visitors raised to 12.74 million and showed an increase of approximately 33.44% in total. Out of the 12.74 million, 4.26 million were foreign tourists which are from China with 1.14 million, Singapore 1.08 million, Indonesia 563941, Taiwan 128504 and Japan 96917. Out of the 12.74 million tourists who visited Melaka in 2016, about 7.29 million stayed in homestays and hotels as compared to just 6.84 million in 2015 and marks an increase of 6.5% (Tourism Malaysia, 2017).

Apart from the focus on restoring historical sites and upgrading existing infrastructures in the city for raising the quality in tourism, the Malaysian Ministry of Tourism together with the Federal Government started a program to encourage the local council and developers in Melaka and other touristic cities in Malaysia to increase hospitality projects since 2010.

Hospitality design covers a wide range of developments and establishments and one of the facets in hospitality design includes hotels. Besides retail and food establishments, hotels contribute a considerable amount of income for the local tourism industry in addition to providing plenty of job opportunities. Hotel by definition is an establishment providing accommodation, meals, and other services for travellers and tourists. Sustainable hotel however are hotels or accommodations that has made important environmental improvements to its structure in order to minimize its impact on the environment. To understand how to design a sustainable hotel, we must identify the principles of sustainable design. Sustainable design in architectural terms takes into account three aspects; (1) The site, (2) The design, (3) Impact on the environment and society. Planning a sustainable design

requires the designer to think about how the project will be built, who will be building it, and where to source what materials.

The site plays a big role in determining the overall aspect of a sustainable project. In architecture and interior design, the site can start as an empty plot or an existing building which is later restructured or build upon. Sustainable design looks at how the preparation on site requires less work in terms of man power, use of machinery and equipment, and materials needed to get the site ready for design application. Design is based heavily on the site, taking into consideration the environmental factors (sun, wind and rain), vegetation, soil type, and access. These site data inform the overall design and construction of the project and help designers to propose the best design solution for an efficient building.

By designing a hotel with a common or simple form without the need for meticulous time and energy consuming detailing, the construction of the hotel can be quick, easy to build without the need for certain specialists, specific equipments or tools, and can be low cost. This is of course after considering the environment, the quality of the building, the performance of the structure, health and safety and the needs of the client and end user aspects of the project. This paper is a case study research on Quayside Hotel in Melaka Malaysia as an example of a sustainable design project and how it aims to supports sustainable tourism.

2. METHODOLOGY

The methodology for used for this paper is the case study method. The research was conducted by observation and direct involvement with the project, working alongside the design team from Capitecture Design Bureau Interior Architecture firm, and Rintiz Group Sdn Bhd in between January 2012 and August 2013. Direct involvement with the project includes conducting site visits, site surveys, design and planning, project planning, project cost management, and site inspections during construction and after completion. The paper will discuss the observations made on points which relate with how sustainable design is planned and implemented into the project. After project completion observations and thoughts will be explained in the findings section.

2.1 The Site

The case study for this paper is a 3 star boutique hotel, Quayside Hotel in Melaka, Malaysia. The site for this project is a 17th century Dutch warehouse used during the historical trade era of the Melaka port. This warehouse was used to store products from Melaka and surrounding countries to later be traded or exported to Netherland and the rest of Europe. This warehouse was originally made from timber, which later was rebuilt into a steel structure covered with zinc and tin panels. Situated along the Melaka river, this building's location is strategically placed near the estuary where the ships would sail in from the Straits of Melaka to the Melaka river.

The Dutch built several other buildings near to this warehouse such as The Christ Church, The Stadhuys (City hall), administrative buildings, houses, and other smaller buildings. In 2008, Melaka was awarded the title of a UNESCO world heritage site. Alongside with this award, several sites and buildings built during the 14th and 19th century are protected under the UNESCO heritage building act. Depending on the significance of the identified sites to the city's history, this act's restrictions on the limitation of work on any refurbishments, restoration or construction varies.

In September 2012, the design team leader Muhammad Danial Ismail of Capitecture Design Bureau and Rintiz Group Project leader Ir. Mazlan Ahmad together with officers from the Melaka city council made a site evaluation and overall inspection of the existing building. Evaluation of the site was made according to the UNESCO heritage building act criteria and site evaluation guidelines from the Melaka city council.

For the Quayside hotel site, both regulations in general specify that the existing building's exterior shell including the windows, roof, materials and original structure should not be modified. The interior floor of the structure should not be removed, burrowed out, or built directly upon. Works that are

allowed are re-paint works, structural reinforcements, new mechanical and electrical fittings, and new structural additions on the empty area next to the original structure only.

2.2 Concept

In order to work within the specified heritage building restrictions, the main goal for this project is to maximize the available space in and on both the existing warehouse interior and connecting land plot. Capitecture Design Bureau team of interior architects were briefed to propose a 39 bedroom hotel, restaurant and café. The existing structure was designed to house 39 bedrooms (single, twin, double, and family suite rooms), conference rooms, business centre, art gallery, renting space, staff offices and locker rooms, storage rooms and utility rooms inside a total of 5500sqm space. The empty plot will house the restaurant and café, wet and dry kitchen, and coffee bar. It will also include an outdoor dining area with a performance stage for outdoor service and events.

2.2.1 Traditional Malay and Dutch Colonial Style Architecture

Vernacular architecture in Malaysia is commonly made from local hardwood, bamboo, clay tiles, clay bricks and plant fiber. Reflecting on the traditional concept of vernacular materials, these materials are used without paint or any finishes on them. In traditional Malay custom, this carries the concept of truthfulness and honesty in relation to symbolize a man with faith that is pure hearted. In addition, these traditional materials are locally sourced and respond very well to Malaysia's tropical weather. Materials such as bamboo is used widely in traditional architecture and also for making house hold products for daily use. Bamboo is classified as a sustainable source of forest produce due to its natural high rate of growth and material strength. However, for the Quayside hotel project, the design team can not carry the concept of traditional products into the design due to the fact that the existing structure was not design or built according to the traditional Malay style and is in fact foreign.

According to a study made by researchers at Gadjahmada University Yogyakarta Indonesia, only until the early 20th century in Indonesia that Dutch architects started to design Dutch colonial style architecture with adaptations to the tropical climate (Ardiyanto, Djunaedi, Ikaputra and Suryabrata, 2015). Indonesia, like Malaysia has the same hot humid tropical climate and was also part of the Dutch colony empire during similar time periods. The Dutch colonial style architecture made adaptations to its traditional style after facing interior discomfort with unefficient ventilation and unsuitable architecture characters that did not perform well in the tropical environment.

Formulation of the concept has the need to look back at Malaysia's history from the 14th to 19th century to find inspiration of how the events that passed could inform the design. In the year 1641, Melaka was colonized by the Dutch, and they legislated Melaka until the year 1825. The Dutch rule over Melaka brought in different styles of architecture, with new materials, western building techniques, and different concepts. This was indeed the starting phase of modern building in Melaka which focused to serve the Dutch empire's colonial trading business between the east and the west. Apart from the warehouses, other Dutch buildings during that period were built in the Dutch colonial architecture style. Unique to Melaka, these Dutch buildings were all coloured in earth tone warm red colour and distinct features of its architecture include arches, thick columns, wide staircases, gable roofed and towers. These buildings were typically made from heavy timber, stone masonry, terracotta or ceramic tiled and plastered finished. These building's forms and materials were responding negatively to the all year round hot and humid climate in Melaka. Interior environmental comfort is relatively low, and during the day time the interior temperature is too warm and do not have good air ventilation to carry out the humid heat unlike the newer adapted versions found later in Indonesia. Current restored Dutch colonial buildings in Melaka which are repurposed often need mechanical air conditioning to keep the interior environment comfortable.

2.2.2 Industrial Style

The first phase of the design was to define the overall concept of the project. Sustainable design elements such as sustainable material sourcing, recycling, local furniture and fitting products and local workers were taken into consideration.

The design team proposed the concept “Industrial Style” to be the main character of this project. Industrial style or industrial chic refers to an aesthetic trend in interior design that takes elements from old factories and industrial spaces. Components of industrial style include various metals, wood, building structural components and systems, exposed brick, industrial lighting fixtures and concrete finishes. Inspiration for the industrial style came from the building itself with materials of zinc, aluminium, copper, fired clay brick and glass. Choices for the materials and finishes were chosen based on their natural colour to represent the industrial aspects, symbolizing the rawness, heavy duty and long lasting character of pure materials that are honest in its nature, not covered with plaster, paint or decorative wallpaper. The main goal of using the industrial style concept for this project is to keep the sense of being in a spacious environment and experiencing a raw unfinished space, not custom to other everyday spaces.

Materials are arranged into four main groups to carry out the industrial style concept; (1) exterior surfaces, (2) interior surfaces, (3) soft and hard furnishings and (4) decorations. Although the concept suggests materials that are known to be not appealing in a hotel environment, however, some materials just inform the colour or visual appeal needed to convey the concept but are made from different materials.

3. DESIGN AND DEVELOPEMENT

Given the existing building to house a single open space, organization and segmentalization of the space was made. Space planning determines every space’s size, privacy status (private, semi private and public), and activity/program. The space planning process is drawn from a scaled plan view perspective of the building by using shapes to show mass and defined space boundaries. The space planning process also determines the circulation pattern of people inside the building, transitioning between, exiting and entering spaces. For this project, the main massing of spaces is mainly allocated for hotel rooms 40%, restaurant dining areas 20%, and the hotel lobby 10%. The remaining 30% is allocated for conference rooms, business centre, art gallery, renting space, staff offices, locker rooms, storage rooms and utility rooms.

In order to fit 39 bedrooms, the existing interior space was divided into two separate floors. In addition to separating the rooms from the public areas, separation of the interior space into two floors doubled the total interior floor size. The interior space of the warehouse was reinforced to carry an additional floor on the river facing side and city facing side. I-beams were used for the structural reinforcements to consolidate the outer walls from flexing inward and failing the existing lightweight construction. To keep the industrial style warehouse effect, the lobby area is not covered by the first floor and designed to have a continuous void to the ceiling, keeping the original full height space.

A new wing is added to the empty plot next to the original warehouse structure to include the kitchen, restaurant, coffee bar and outdoor dining. In its original condition, the empty plot had an existing hardscape with no walls or roof. The new wing is designed and built to complement the original structure including similar characteristics. This included a high pitched roof, wide open interior spaces, large window openings and the usage of raw materials in the finishes. The kitchen, indoor dining area and coffee bar was built on top of the existing hardscape.

3.1 Implementation of Sustainable Design Elements

Main considerations to apply sustainable design strategies on this project are mainly towards the goal of reducing the cost of energy usage and mechanical ventilation inside the hotel. According to a study by Professor Susanne Becken and Professor Graham Miller in 2016, the average hotel releases 8000kg of carbon dioxide per room, per year to facilitate energy usage and maintenance of the room (Becken and Miller, 2016).

Humid tropical climate of Melaka requires constant interior air conditioning to reduce indoor humidity and also to control a constant cool temperature. Because the existing metal sheet building envelope is 15cm thin, the interior can easily conduct heat from the sun outside and transfer latent heat to the interior. The site receives more sun on the river view side which is facing the north west direction.

Due to the fact that the original walls are not to be modified, the strategy to add a longer eave to span over the exterior wall by an additional 2.5m was added. During the hottest time of the day between 11:00 to 13:30, the extended roof eaves block the intense mid day sun ray and cast a shadow on the river facing side wall. In addition to this, balconies are added as an extension of the 1st floor towards the outside through original openings available. 1.5m width corridors were added outside each room in the interior, which has direct visual connection with the 12m hotel lobby void. This is to promote better interior air circulation and maximizing natural light usage by designing an inward facing corridor that continues into the central full height void, starting from the lobby floor on ground level to the ceiling. All spaces are designed facing outside and each space has a window opening either from the side or top. This is to maximise cross ventilation if electricity is not available or temporarily shut down and also to maximize natural light penetration.

Other sustainable design strategies include implementing recycled materials in the project. The design team sourced recycled materials from a local wood building material collection centre. The materials chosen were salvaged timber planks from demolished traditional wooden houses from Kampung Kubu (Kubu Village), a small village situated 6.3km away from the project site. The timber planks were previously used as wall material and range from 1m to 1.5m long. The materials were selected to be reused in the project as a panelling material on a wall separating the kitchen from the interior dining area. The concept was to relocate the traditional Malay house elements into the site as reminder of traditional building materials that were used in historic Melaka.

Old parts of the original warehouse structure were also reused in the new design. An original exterior fire escape spiral staircase was found dismounted on the site compound. The design team decided to repair and repaint the spiral staircase and reuse it as a second access to the upper floor from the receptionist counter in the hotel lobby.

Local materials such as local Cengal, Jati, Meranti and Ghaharu hardwoods were used as flooring material, fittings materials, doors, furniture, and staircase steps. These local hardwoods were easily sourced but very expensive in terms of cost. However, these hardwoods are very durable and require low maintenance. In the lobby area, coffee tables were made from recycled timber pallets from the site, previously used to carry cement blocks during transportation. These timber pallets are cleaned, stacked and fixed in three layers and assembled with a wheel base. Old hardwood railway sleepers from the 1900's were salvaged and used to make day benches and decorative panelling materials for suite rooms.

3.2 Building in a Heritage Building and Site

One of the UNESCO heritage building guidelines specify that any new works inside the original warehouse interior should not cover the existing floor directly to preserve its original condition. For this project, the design team created an elevated platform system which is attached to the existing columns for support. The steel platform system is then covered with cement fibre boards which can be removed easily if necessary. The same technique was used for the outdoor dining area outside the restaurant wing. According to surveyors, the land underneath is protected under the UNESCO regulations due to its close proximity to the neighbouring Dutch colonial fort remains.

For aesthetic works, the exterior of the building was restored in damaged areas and the overall shell was repainted in its original colour. The new restaurant wing tried to imitate the materials and profile as the original building to give a homogeneous look.

4. FINDINGS

Findings for this case study is written as a descriptive and evaluative observation from a viewpoint of the researcher during the involvement with the design and build phases of the project with Capitecture Design Bureau Interior Architecture Office and Emilda Architects Sdn Bhd Malaysia, in addition to the first two weeks of the grand opening of the Quayside hotel and Halia Inc restaurant Melaka in between January 2012 until August 2013.

4.1 Positive and Negative Aspects of Building on a Heritage Site

From site surveys, on site observations, meetings, presentations, and design stages, we can identify that building on a protected heritage site is not as straightforward as a normal design project. We observed that a majority of the project duration goes into the survey-planning stages and also the building phase. The survey period required multiple professionals from different backgrounds to evaluate and give feedback on their tests or evaluations. The information gathered then continues to inform the new design direction of the project, which in this case is guided towards restoring and strengthening the original structure. Due to certain building conservation restrictions, the design character was limited to look similar to its original image. As mentioned previously in this paper, the colour, material, and overall exterior form was only restored and not altered. The original interior flooring was also not covered upon directly to prevent from violating the UNESCO building regulations. The positive aspects of building on a protected heritage site is due to the limitations of what can be done, the project cost was below the projected amount by approximately 23.4%. Usage of lightweight building materials also meant that the installation was fairly quick and only simple details were needed.

4.2 Evaluation of the Site Location in Relation to the Hotel and Restaurant

In terms of the location of the site and how its immediate effects on the hotel and restaurant business, we observed that within the first week of opening, the hotel became a focal point for international and local tourists alike. The site is located next to the Melaka tourist information office, Dutch Square, Melaka Clock Tower, The Stadthuys Building, Hang Tuah Road/ Jonker Street and more than 10 other main museums and tourist attractions. In addition to this, only 2 other hotels are available within a 100m radius of the site and Quayside hotel is the only hotel among the other two that has a river view in its price range. Before the site was restored and reused as a hotel, the site was an unused space and gave a negative impact on the neighbourhood's overall touristic image. Moreover, tour buses used the roadside of the site as a gathering point to drop off and collect tour members. After the project was completed, this situation continued and it directly fed tourist to the restaurant wing as an advantage.

4.3 Immediate Effects on the Local Surrounding

Being connected to the river side, the hotel is able to rejuvenate the walkway along the river beside the hotel building making the area accessible and pedestrian friendly. Another interesting point observed is that by rejuvenating the riverside walkway, the walking route from Dutch Wind Mill to the Melaka Samudra Museum and Jetty was linked and formed a 500m long scenic walking route suitable for day and night leisure. The south facing facade of the hotel is restored and immediately enhances the visual quality of the Jalan Merdeka street.

4.4 Immediate Small Scale Effects on the Local Art scene of Bandar Hilir Melaka

Being located in the centre of tourist attraction of Melaka, the design team suggested that an art gallery should be included in the hotel to showcase local contemporary art. On the grand opening of the hotel, a small art festival was organised to showcase local contemporary artists of Melaka which included 17 different artists from 4 different disciplines.

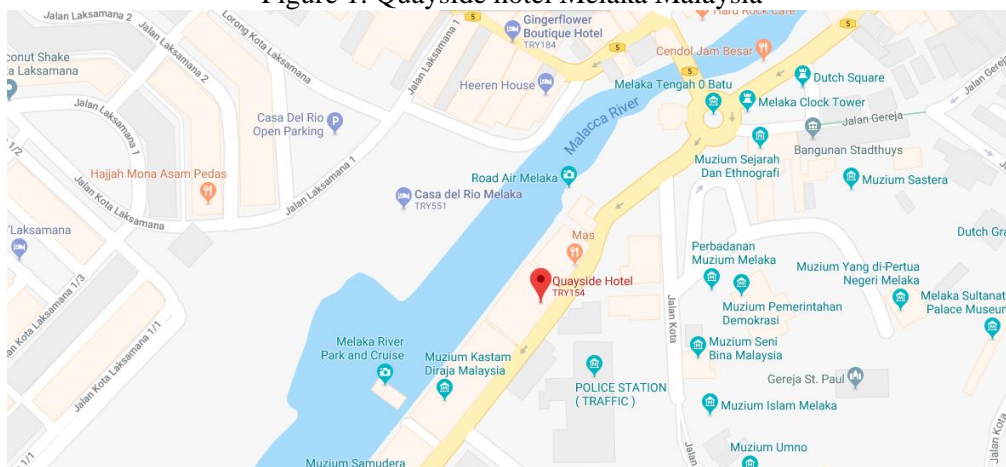
5. CONCLUSION

Providing enough hotels and rooms to accommodate projected increase of international and domestic tourists from 2011 till 2013 was a challenge for the state of Melaka. Local hospitality companies were encouraged to create more hotels or add hotel room capacity in the city centre and main touristic areas of the state. The state also focused their efforts on restoring historically protected sites and rejuvenating unattractive areas that are located in or near touristic attractions. On Jalan Merdeka Bandar Hilir Melaka, an old 17th century Dutch warehouse that is protected under the UNESCO heritage building act was commissioned to be restored and repurposed into a 3 star boutique hotel with restaurant and café. As a heritage building, the project was designed to have minimal impact on the

original look but at the same time aimed to be a rejuvenating element for that area which was previously considered unattractive.

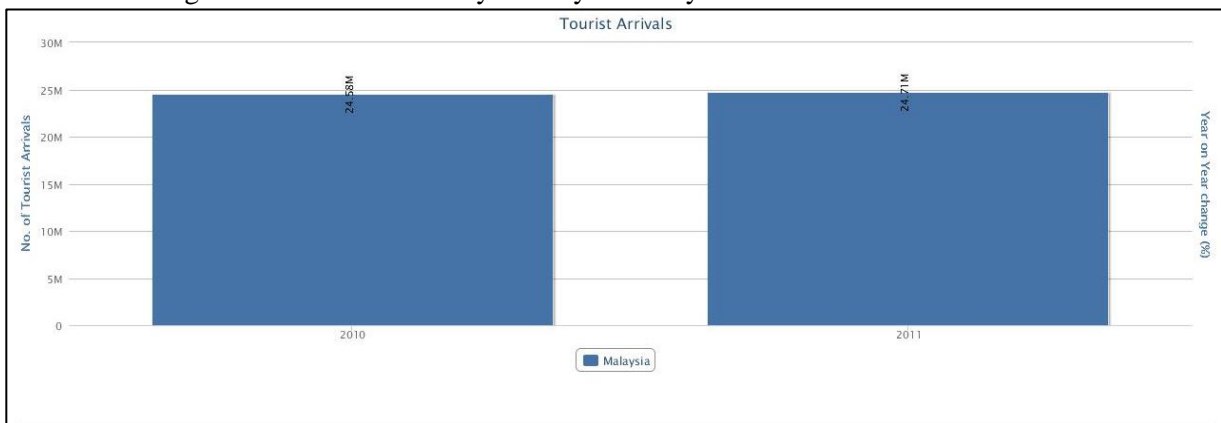
In addition to improving the existing structure of the more than 300 years old warehouse, the design team proposed sustainable design strategies as a concept to put forward sustainable design in the hospitality projects sector. The strategy was a combined effort to give less impact on the building, reducing carbon footprints by using less new building and finishes materials, and recycling salvaged components into the hotel design. The project utilized locally sourced products, materials, services and companies to further implement sustainability in the design and development phase. The hotel not only effected the Melaka river side environment as a rejuvenating element, the hotel, restaurant and café created new job opportunities for local workers in the hospitality industry with an immediate total of 60 available work positions, and is projected to double in size by the year 2015. Moreover, the Pakus art gallery at Quayside Hotel gives an opportunity for local contemporary artists to exhibit works in Bandar Hilir, the touristic central of Melaka.

Figure 1: Quayside hotel Melaka Malaysia



(Source- Google Maps, 2017)

Figure 2: Tourist arrivals by country in Malaysia statistics in 2010 and 2011



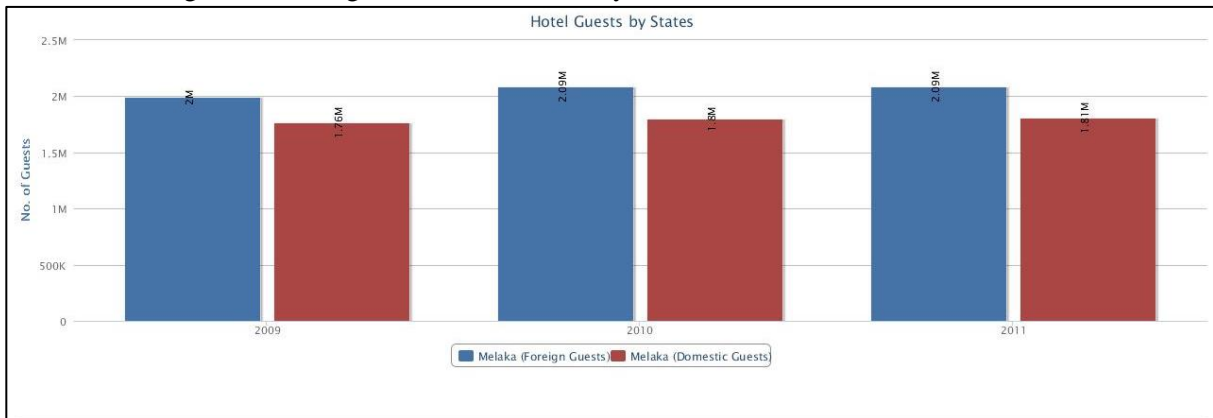
(Source- Tourism Malaysia, 2017)

Figure 3: Hotel room and supply in Melaka Malaysia statistics in 2010 and 2011



(Source- Tourism Malaysia, 2017)

Figure 4: Hotel guests in Melaka Malaysia statistics in 2009, 2010 and 2011



(Source- Tourism Malaysia, 2017)

Figure 5: Structural reinforcements to the original structure using I-Beam construction



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2012)

Figure 6: Elevated floor support system to avoid overlaying original floor



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2012)

Figure 7: Reused spiral fire escape staircase in lobby from the original structure



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2012)

Figure 8: New upper floor addition and open circulation corridors



(Source- Muhammad Danial Ismail 2012)

Figure 9: Addition of river view balconies and 2m eaves extension



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2012)

Figure 10: Completed hotel exterior east facing side



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2013)

Figure 11: Completed hotel south facing façade on Jalan Merdeka



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2013)

Figure 12: Completed north river facing side of hotel



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2013)

Figure 13: Completed hotel lobby



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2013)

Figure 14: Completed indoor dining space



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2013)

Figure 15: Recycled wooden planks on kitchen wall



(Source- Muhammad Uzair Ismail, 2013)

Figure 16: Pakus art gallery



(Source- Muhammad Danial Ismail, 2013)

REFERENCES

- Ardiyanto, A., Djunaedi, A., Ikaputra, Suryabrata, J. (2015). The Architecture of Dutch Colonial Office in Indonesia and the Adaptation to Tropical Climate, *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5(4), 1-7.
- Tourism Malaysia (2017). Hotel and Room Supply Statistics 2010-2011, http://mytourismdata.tourism.gov.my/?page_id=362#!range=year&from=2015&to=2016&type=5587833dc8f82,55878dfdebb19&destination=34MYP004, Accessed: 2 November 2017.
- Tourism Malaysia (2017). Hotel Guests in the state of Melaka Statistics 2010-2011, http://mytourismdata.tourism.gov.my/?page_id=362#!range=year&from=2015&to=2016&type=5587833dc8f82,55878dfdebb19&destination=34MYP004, Accessed: 2 November 2017.
- Tourism Malaysia (2017). Tourists Arrivals Statistics 2010-2011, http://mytourismdata.tourism.gov.my/?page_id=362#!range=year&from=2015&to=2016&type=5587833dc8f82,55878dfdebb19&destination=34MYP004, Accessed: 2 November 2017.

KIRSAL TURİZMDE GELENEKSEL KÜLTÜRÜN YANSITILMASI VE KADIN İSTİHDAMI: BEYPAZARI ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Özlem ALTUNÖZ SÜRÜCÜ
Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
altunoz@sinop.edu.tr

Öğr. Gör. Şaban KARGİGLİOĞLU
Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
skargiglioglu@sinop.edu.tr

Arş. Gör. Serkan AK
Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
serkanak@sinop.edu.tr

Özet

Klasik turizm anlayışına karşı doğala ve doğaya dönük turizm hareketleri artmaktadır. Yerele, geleneksel olana duyulan merak ve özlem, doğal yapısını koruyan henüz bozulmamış destinasyonların turizme dâhil olmasına olanak tanımıştır. Günümüz dünyasında turizm üretiminin her aşamasında kadın istihdamı yer almaktadır. Kırsal turizm söz konusu olduğunda ise kadın istihdamının önemi artmaktadır. Nitekim kırsal turizm doğası itibariyle; yerel unsurları tanıtmak, kültürel değerleri aktarmak, ağırlama, el sanatları imalatı, geleneksel yiyeceklerin yapımı gibi pek çok konuda kadına ihtiyaç duymaktadır. Araştırmada, geleneksel kültürün bir turizm ürünü olarak sunulması hususunda kadınların üstlendiği rolleri belirlemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda kırsal turizmin son yıllarda hızla geliştiği bir destinasyon olan Beypazarı örnek olarak seçilmiştir. Beypazarı'nda turizm faaliyetlerinin gelişimine paralel olarak kadınların üretime katılma süreci ve iş kolları örnek olaylarla incelenmiştir. Araştırma sonuçları Beypazarı'nda kadınların ağırlıklı olarak geleneksel mutfak ve el sanatları kolunda işveren ve işgören olarak üretime katıldıklarını göstermektedir. Özellikle aile gelirinin, eğitim düzeyinin, istihdam imkânının düşük olduğu kırsal bölgelerde kadının günlük yaşantısındaki bilgi ve becerilerini ekonomik kazanca dönüştürmesi, ailenin yaşam standartlarının yükselmesine ve bölge ekonomisine katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelime: Kırsal turizm, kadın istihdamı, yöresel mutfak, geleneksel kültür, Beypazarı.

REFLECTING OF TRADITIONAL CULTURE AND WOMEN EMPLOYMENT IN RURAL TOURISM: THE CASE OF BEYPAZARI

Abstract

Against classical tourism concept, natural and nature oriented tourism movements are increasing. Curiosity and longing for the locality and traditionality has allowed that unspoiled destinations protecting their natural structure to be included in tourism. In today's world, women's employment is at every stage of tourism production. When rural tourism is concerned, the importance of women's employment is increasing. Indeed, because of its own nature, rural tourism needs women in many subjects such as introducing local elements, conveying cultural values, hospitality, handicraft production, making traditional foods. In the research, it is aimed to determine the roles of women about the presentation of traditional culture as a tourism product. In this context, Beypazarı, has developed rapidly in recent years in rural tourism, was chosen as an example. In line with the development of tourism activities in Beypazarı, women's participation in the production process and business lines have been examined with case studies. The results of the research show that women in Beypazarı mainly participate in production as employers and workers in the traditional kitchen and handicrafts sector. Particularly, in rural areas where family income, education level and employment opportunities are low, transforming the knowledge and skills of women in their daily lives to economic gains will contribute to the improvement of the living standards of the family and to the regional economy.

Keywords: Rural tourism, women employment, local cuisine, traditional culture, Beypazarı.

1. GİRİŞ

20. yüzyılın sonunda sosyal, kültürel ve ekonomik yönden önemli bir hale gelen ve önceleri sadece ekonomik katkısı ön planda olan turizme, günümüzde; doğal, tarihi ve kültürel zenginlikler de kaynak oluşturmaktadır. Çünkü kitle turizminin neden olduğu sorunlar ve farklı arayışlar sonucunda turizmde

ilgi, “deniz-kum-güneş” üçlüsüne alternatif olarak; doğal, tarihi ve kültürel zenginliklere yönelmiş durumdadır (Aklanoğlu, 2010, s.125). Bu durumda kırsal turizm kavramı, çok boyutlu bir alternatif turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Çok boyutlu olmasıyla birlikte önemli bir alternatif turizm türü olarak kabul gören kırsal turizm; kırsal alan olarak ifade edilen bölgelerdeki yörenin ekonomik, sosyo-politik, kültürel, tarihi, coğrafi, beşeri yapısına uygun olarak gelişen ve gelişmeye teşvik edilen bir turizm türü halini almıştır (Kuşat, 2014, s.67).

Kırsal turizmin gerçekleştiği kırsal alanlarda geleneksel olan ekonomik işlevlerin, önceden yalnızca tarım ve hayvancılık olmasıyla birlikte bu işlevlere sonradan turizmin dâhil olduğu görülmektedir ki (Soykan, 1999, s.68), turizm, kırsal ekonomilere değerli katkılar sunmaktadır. Ancak bu katkıları, yalnızca mali şartlar olarak değil; işler, yatırımların korunmasına yönelik destekler, yeni çalışma uygulamalarının benimsenmesi için cesaretlendirilmesi ve zayıflamış ekonomilere yeni bir canlılık getirilmesi şeklinde de belirtmek söz konusudur (Irshad, 2010, s.8).

Kırsal turizme elverişli alanlar; peyzaj özellikleri, yerel yaşam biçimleri ve özgünlükleriyle turizm aktiviteleri için çekici noktalar olarak değerlendirilmektedirler. Bununla birlikte turizmin özellikle kırsal alanlarda yoğunlaşmasının, yerel kültürlerin ve özgünlüğün yok edilmesine yönelik etkilere mi yoksa yerel kültürlerin korunması ve geliştirilmesine yönelik etkilere mi yol açtığı, araştırmacılar için tartışma konusu olsa da farklı ülkelerde yaşanan farklı deneyimler, her iki savı da destekler niteliktedir (Uslu ve Kiper, 2006, s.305). Ancak buna rağmen kırsal turizmi, turizm türleri içinde çevre ve kültürle en uyumlu; olumsuz etkileri en az düzeyde olan bir turizm türü olarak değerlendirmek mümkündür (Soykan, 2003, s.9).

Kırsal turizmde sunulan turistik ürünün, kapsam itibariyle diğer turizm türlerine kıyasla geleneksel kültürü daha fazla yansıtan bir yapıya sahip olduğu ve olması gereği ön plandadır. Çünkü kırsal turizm aktivitelerine katılan turistler, yörenin tarımsal üretim, doğal ve tarihsel özelliklerinin yanı sıra kültürünü de tanımak istemektedirler (Etikan ve Çukur, 2011, s.2). Bu bağlamda yerel topluluklar için önemli bir iş kaynağı durumunda olan kırsal turizmin (Aref ve Gill, 2009, s.69), özellikle geleneksel kültürle ilişkili olmasının bir parçası olan kırsal kesimdeki kadınların iş hayatına atılmasında ve söz sahibi olmasında etkileri çok fazladır (Karacan, Karacan ve Güngör, 2016, s.8). Ayrıca kırsal turizm kapsamında turizm ürününün üretiminde ve sunumunda kadına olan ihtiyaç, ortaya konacak ürünün özellikleri itibariyle diğer tüm turizm türlerinden daha yüksek düzeyde kendini göstermektedir. Çünkü kırsal turizmde; yerel unsurları tanıtmak, kültürel değerleri aktarmak, ağırlama, el sanatları imalatı, geleneksel yiyeceklerin yapımı gibi pek çok konuda kadına ihtiyaç duyulmaktadır. Tüm bunlar, kırsal turizm kapsamındaki aktivitelerin başarılı bir şekilde uygulanmasında kadının önemli rolü bulunduğuna işaret etmektedir.

Bu araştırmada, geleneksel kültürün bir turizm ürünü olarak sunulması hususunda kadınların üstlendiği rolleri belirlemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda kırsal turizmin son yıllarda hızla geliştiği ve sahip olduğu doğal, tarihi, sosyal, kültürel kaynaklar ve özgün değerleri açısından oldukça zengin bir destinasyon olan Beypazarı örnek olarak seçilmiş; Beypazarı’nda turizm faaliyetlerinin gelişimine paralel olarak kadınların üretime katılma süreci ve iş kolları örnek olaylarla incelenmiştir.

2. KIRSAL TURİZM KAVRAMI

“Kırsal turizm” kavramını açıklamadan önce kısaca “kırsal alan” kavramından bahsetmekte fayda görülmektedir. Kırsal alanlar, genelde nüfusu 10 bin kişiden az olan yerleşim yerleri olarak ifade edilmektedir. Ancak bu ifade; tüm ülkeler için geçerli bir yapı oluşturamamasıyla birlikte, biraz göreceli bir tanımlama olarak kabul görmektedir. Daha çok kırsal alanlar; ağırlıklı olarak tarımsal faaliyetlerin yapıldığı, geleneksel yaşamın sürdürüldüğü yerler olarak düşünülmelidir (Kuşat, 2014, s.67).

Kırsal turizmi ise aslında “kırsal kesimde gerçekleşen turizm” şeklinde basit bir tanımlamayla açıklamak söz konusu olduğu gibi (Lane, 1994, s.9), her biri odak noktasında özel bir yön bulduran çeşitli tanımlamalarla da açıklamak mümkündür. Bu doğrultuda, örneğin coğrafi ve demografik özelliklere göre tanımlandığında kırsal turizm, “şehirleştirilmiş alanların dışındaki bir ortamda gerçekleşen çok yönlü bir aktivite olmanın yanında, küçük ölçekli turizm işletmeleriyle karakterize

olan, tarım arazileri, ormancılık ya da doğal alanların hâkim olduğu alanlarda yer alan bir sektör” olarak ifade edilmektedir. Bunun dışında, ürünle ilgili bir tanımlama yapıldığında kırsal turizm, “kırsal alanlar, kırsal macera turları, doğa tabanlı turlar, ekoturizm turları, kır şehirleri, kırsal tatil köyleri ve kır tarzı konaklama ve çiftlik tatilleri gibi festival, etkinlikler ve tarım eğitimleri ile birlikte birçok turizm ürünü bileşenini içeren bir kavram” olarak karşımıza çıkmaktadır. Turistik tecrübeyle ilgili olarak ise kırsal turizm, “büyük şehirlerde sunulanlardan farklı bir deneyim yelpazesi sunarak gerçekleştirilen bölgenin ürün ve faaliyetleri hakkındaki turist deneyimi” şeklinde tanımlanmaktadır (Daniloska ve Mihajlovska, 2015, s.309-310). Farklı noktalara odaklanan tanımlar dışında kavramı daha anlaşılabilir kılan Dünya Turizm Örgütü (WTO) ise kırsal turizmi, “ziyaretçilerine kişiselleştirilmiş bir ilişki, kırsal kesimin fiziksel ve insan çevresinin tadını veren ve mümkün olduğunca yerel halkın faaliyetlerine, geleneklerine ve hayat tarzlarına katılmalarını sağlayan turizm aktiviteleri” olarak açıklamaktadır (Aref ve Gill, 2009, s.68).

Yapılan tüm bu farklı tanımlamalarla da görülmektedir ki, kırsal turizm kavramı karmaşık bir yapıya sahiptir. Kırsal turizmde bazen turistik faaliyetin gerçekleştiği kırsal alan ve özellikleri ön plana çıkarılırken; bazen turistlerin turistik yerden beklentileri ön plana çıkarılmaktadır. Aslında bu durumun, kırsal turizmin bazen arz yönüyle bazen talep yönüyle değerlendirilmesinden kaynaklandığını belirtmek (Kuşat, 2014, s.68) doğru bir yaklaşım olacaktır.

Kırsal turizm, kırsal kültürle, doğal çevreyle ve tarımla bütünleşen; diğer turizm türleriyle kolay bir şekilde entegre olabilen bir turizm türü olma özelliğiyle Türkiye turizmi için çalışmanın izleyen kısmında sıralanan birtakım noktalar hususunda önem arz etmektedir. Kırsal turizmi klasik deniz-kum-güneş turizm hareketlerinden ayıran bu pozitif noktalar, kırsal turizmin herhangi bir destinasyon için önemini açık bir şekilde göstermektedir (Karacan vd., 2016, s.4):

- Kırsal turizm, her mevsim yapılabilen bir turizm türüdür.
- Kırsal turizm, turizmin coğrafi dağılışında denge unsurudur.
- Kırsal turizm birçok turizm türüne entegre olabilir.
- Kırsal turizmde rekreasyonel etkinlikler çok çeşitli ve özgündür.
- Kırsal turizmin turist profili farklıdır.
- Kırsal turizm, doğal çevrenin ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunur.
- Kırsal turizm, sürdürülebilir turizm anlayışına hizmet eder.
- Kırsal turizm bir ülkenin tanıtımında önemli bir araçtır (Soykan, 2003, s.2-9).

Kırsal turizm, değinilen kendine özgü önemli noktalar ve özellikler itibariyle birtakım etkilere sahiptir. Bu etkileri, hem olumlu hem olumsuz açıdan yorumlamak mümkün olduğu gibi; ekonomik, fiziksel çevre ve sosyo-kültürel şekilde gruplandırarak değerlendirmek de mümkündür. Bu bağlamda sözü edilen etkiler aşağıdaki tablo kapsamında belirtilmektedir.

Tablo 1: Kırsal Turizmin Etkileri		
Ekonomik Etkileri	Fiziksel Çevreye Etkileri	Sosyo-Kültürel Etkileri
-Yöre halkına gelir sağlama,	-Altyapı ve üstyapının iyileşmesi,	-Kültür etkileşimi,
-Kırsal kalkınmaya katkı,	-Çevresel kirliliğin az olması,	-Toplulukların görünümünü değiştirme,
-Kırsal yöredeki kadının istihdamı,	-Yenileme çalışmalarının artması.	-Kırsal kadının öneminin artması,
-Köyden kente göçü önleme ve istihdam yaratma,		-El sanatlarına verilen önemin artması,
-Diğer sektörleri canlandırma,		-Yabancı korkusu.
-Kırsal yörenin tanıtımı,		
-Gelir yaratma,		

-Yatırımların artması,

-Yabancı sermaye girişi,

-Enflasyonun artması.

Kaynak: Ahipaşaoğlu ve Çeltik, 2006, s.67-76.

Tablo 1 kapsamında belirtilen unsurlardan görüleceği üzere kırsal turizm, çeşitli olumlu (yatırımların artması, altyapı ve üstyapının iyileşmesi, çevresel kirliliği az olması gibi) ve olumsuz (enflasyonun artması, yabancı korkusu gibi) etkilere sahip durumdadır. Ancak araştırmamızın odak noktasının kırsal turizmde kadın istihdamı ve geleneksel kültür olması da göz önünde bulundurulduğunda, kırsal yöredeki kadın istihdamı, kırsal kadının öneminin artması, el sanatlarına verilen önemin artması gibi unsurlar üzerinde durulmasında fayda görülmektedir. Bu doğrultuda sözü edilen ilgili unsurlar aşağıda detaylandırılmaktadır (Çeken, Karadağ ve Dalgın, 2007, s.10-11; Torun, 2015, s.30-32):

- Kırsal turizmin yörede yarattığı istihdamla ilişkili olarak kadının ailedeki ve toplumdaki statüsü güçlenmektedir.
- Kırsal turizmin gelişmesiyle kırsal alanlardaki kadınların aile içi rollerinin değişmesi ve kadının çalışma yaşamına daha etkin olarak katılması kolaylaşmaktadır.
- Kırsal yöreye özgü geleneksel festival ve eğlencelere yönelik ilgi, yerel halkı bu etkinliklere devam etmek konusunda motive etmekte ve bunun sonucunda yerel kimlik güçlenmektedir.
- Kırsal yörelerde turizmin gelişmesi sonucunda yöredeki kültürel varlıklar koruma altına alınmakta, yerel halk ve turistler yörenin tarihi ve kültürü hakkında bilgi sahibi olmaktadır.
- Kırsal turizmden elde edilen gelirler, kültürel anlamda çekiciliğe sahip yapıların uygun şekilde restore edilmesine katkı sağlamaktadır.
- Kırsal turizm, yörede hem kültürel mirasın hem de geleneksel mimari yapının korunmasını olumlu yönde etkilemektedir.
- Kırsal turizm, yerelin, yerel kültürün, yerel ürün ve hizmetlerin tanıtımını; yerel kaynakların faydaya dönüştürülmesini sağlamaktadır.
- Kırsal turizm, tarihsel yapılara (eski kiliseler, şatolar, çiftlik binaları, evler) çeşitli işlevler kazandırılmasını (müze, el sanatları merkezi, konaklama evi gibi) sağlamaktadır.
- Kırsal turizm kültürel zenginlik oluşturan ağaç işleri, halı, kilim, el işlemleri, süs malzemeleri gibi geleneksel zanaatlara ve el sanatlarına daha fazla önem verilmesine ve bunların bir gelir kaynağına dönüşmesine olanak tanımaktadır.
- Kırsal turizm sanat, folklor, festival, tiyatro gibi aktivitelerin kalitesinin yükseltmektedir. Bu aktiviteleri desteklemekte ve bunların sürdürülmesi için kaynak yaratmaktadır.
- Kırsal alanlarda turizme bağlı olarak aile pansiyonculuğunun gelişmesi ile birlikte yöre halkının ve turistlerin kültür yapısında ve yaşam tarzında çift yönlü bir etkileşim olmaktadır. İki taraf arasında ortaya çıkan giyim kuşam, yemek kültürü, gelenek-görenekler gibi kültürel bileşenlerin alışverişi sonucu yerel kültürel yapı zenginleşebilmekte ya da dejenerasyona uğrayabilmektedir.

2.1. Kırsal Turizm ve Geleneksel Kültür

Kırsal turizm, yerel sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak ve kırsal alanlarla kentler arasında toplumsal dayanışma yaratmak amacıyla doğal kaynakların, tarımsal alanların, kültürel mirasın, kırsal konutların, geleneklerin ve bölgesel kimliği yansıtacak marka olmuş ürünlerin turistik açıdan değerlendirilmesidir (Baykal ve Toprak, 2010, s.3). Geleneksel kültür ve değerlere dayalı çok ürünlü kırsal turizmde, alanların içsel potansiyelleri önem kazanmakta; doğanın korunması ve yere özgü karakteristikler, turizmi desteklemektedir. Bu çerçevede yörenin turizm yapabilirliğine katkı sağlayan kırsal turizm potansiyelleri, “doğal yerel özellikler” ve “kültürel-tarihi yerel özellikler” olarak iki temel grupta ele alınmaktadır. Bu bağlamda yerel doğal özellikler; kırsal peyzaj, hayvan varlığı, doğal çevre, geniş açık alanlar, tarım alanları gibi öğelerden oluşmaktadır. Diğer yandan yerel kültürel-tarihi özellikler ise;

yerel yiyecekler, tarımsal ürünler, yerel el sanatları, yerel yaşam şekli, yerel festivaller, yerel müzik ve danslar, yerel sporlar, kültürel miras, yöresel mimari, tarihi alanlar olarak sıralanabilmektedir (Tatar ve Köroğlu, 2017).

Görülmektedir ki, bir kırsal alanın turistik çekim yeri olmasında algılanan çevresel ve doğal kalitenin yanı sıra kültürel gelenekler ve yaşam tarzı etkili olmaktadır (Ayazlar, 2017, s.58). Kırsal turizmin bölgede ekonomik ve diğer faydaların tamamlayıcı nitelikte olması, diğer bir ifadeyle kırsal turizmin geleneksel alışkanlıkların (çiftçilik, balıkçılık, tarımcılık gibi) yerini almaması ve ayrıca yerel halk üzerinde çok az olumsuz etkiye sahip olması çok büyük bir avantajdır (Kesici, 2012, s.36). Dünya genelinde hem miras alınan hem de yaşayan kültürün unsurlarının çekicilik olarak kullanılmasına yönelik bir eğilim gerçekleşmektedir (Bahçe, 2009, s.1). Dolayısıyla kırsal turizmin çekiciliği, geleneksel kültürün zenginliği ve doğal ortamların değişmemiş olmasına bağlı olarak, kent insanlarının tatillerinde bu mekânları tercih etmesine yol açmaktadır (Mikaeili ve Memlük, 2013, s.88).

Kırsal turizm, yerel kültürel değerlerin ve sanat yapılarının kazanç amacıyla suni bir şekilde yeniden oluşturulmasını teşvik etmektedir. Bu doğrultuda; sanat, folklor, festival, tiyatro gibi aktivitelerin kalitesinin yükseltilmesine olanak sağlamakta; faaliyetleri destekleyip, bunların sürdürülmesi için kaynak yaratmakta; yerel sanat ve el işleri için piyasa oluşturmakta ve belirli bölgelerin yerel kimliklerini güçlendirmektedir. Böylece yörede hem kültürel mirası hem de geleneksel mimari tarzının korunmasına yönelik olumlu etkiler de sunmaktadır (Uçar, Çeken ve Ökten, 2010, s.98-99). Ayrıca kırsal turizm aktivitesi içerisinde köy düğünleri, yöresel el sanatları, yemekler, sporlar (deve ve boğa güreşleri) gibi faaliyetlerin yer alması, kırsal ekonominin geliştirilmesinin yanı sıra bölgenin tanıtılması açısından da büyük önem taşımaktadır (Erdoğan, 2002, s.199).

Bir yerin kültürü ise geniş bir anlamı ifade etmektedir. Bu anlamlar; değerler, inançlar, tutumlar, semboller (gelenekler ve görenekler) ve yerel halkın öğrenilebilen davranış biçimleridir. Günümüzde kültürel temaslar, yaşam tarzları ve inançlar, el sanatları, yöresel mutfak ve eğlence biçimleri insanların ilgisini çekmektedir. Bu nedenle kültürel özelliği olan bölgeler ve kentler önemli turizm odakları haline gelmektedir. Sonucunda kırsal turizm, çok önemli ve hızla büyüyen sektör haline gelmektedir (Mikaeili ve Memlük, 2013, s.89-90).

Kırsal turizmin gerçekleştiği yerlerde eskiden var olan tarım, hayvancılık, ormancılık, el sanatları gibi etkinliklerin kesinlikle bir tarafa itilip terkedilmemesi, kırsal turizm için önem arz eden bir husustur. Çünkü kırsal turizmin geleneksel kültürü yansıtan bu unsurlara ihtiyacı bulunmaktadır (Soykan, 2000, s.31). Bu noktada kırsal turizmi tercih eden turist, yörenin tarımsal üretim, doğal ve tarihsel özelliklerinin yanı sıra geleneksel kültürünü de tanımak istemektedir. Bir bölgenin geleneksel kültürünü oluşturan kaynakların başında da geleneksel el sanatları (Etikan ve Çukur, 2011, s.1) ve gelenekselleşen yöresel yiyecek içecekler gelmektedir.

Yöresel yiyecek içecekler hususu kapsamında özellikle Türk gelenek-görenek, örf ve adetlerinde yiyecek içecek unsurunun önemli bir öge olduğu görülmektedir. Bir yerin yiyecek içecek kültürünü, birçok turizm şekliyle olduğu gibi kırsal turizmle de ilişkilendirmek mümkündür. Ayrıca destinasyon çekiciliğini artırıcı bir kültürel tanıtım aracı olarak da nitelendirilebilmesi söz konusudur (Kesici, 2012, s.33-34). Özellikle bir yere özgü yiyecek içecekler otantik olmaları bakımından, turistik ürün olarak oldukça önemli etkilere sahip durumdadırlar (Okuyucu, 2011, s.92). Geleneksel yiyecekler, bir şehir ya da yörede insanların uzun yıllar birlikte yaşamalarının sonucunda gelenek haline gelmiş, özel günlerde daha çok tüketilen, genellikle bir olay sonucunda kültüre yerleşmiş ve halk tarafından diğer yemeklerden üstün tutulan yiyeceklerdir (Hatipoğlu, Zengin, Batman ve Şengül, 2013, s.6). Geleneksel yiyeceklerin turizmde kullanılmasının bir sonucu olarak, ülkelerin sahip olduğu yerel geleneksel kültür mirasları, korunup; evrensel bir boyut kazanmakta, böylece o gelenekselleşen ürüne sahip yöre, turistlerin seyahat planlarına dâhil edilmeye başlanmaktadır. Ayrıca gelenekselleşen bu yöresel yiyecekler, destinasyonun kültürel anlamda tanıtımını yaptığı gibi bölge ekonomisine de önemli ölçüde katkı sunmaktadır (Çapar ve Yenipinar, 2016, s.100).

Meksika, Tayvan ve İspanya'da bazı otantik kırsal bölgelerde dikkat çekici olarak yerel halk kendi imkânlarıyla mevcut evlerine pansiyon tarzı ek yapılarla konaklama imkânı sağlamakta ve kendi

mutfaklarında yöreye özgü yemeklerin eğitimini vermektedir. Evde yerel mutfak dersleri adındaki bu kırsal uygulama tüm mutfak sevenlerden yoğun şekilde talep görmektedir (Kesici, 2012, s.36). Bu uygulamalar, aslında unutulmaya yüz tutmuş yöresel yemeklerin reçetesi yazılı olarak tutulmadığında yaşlı nesille birlikte kaybolması sorununu da (Hatipoğlu vd., 2013, s.11) önler niteliktedir. Belirtilmesinde fayda vardır ki, gelenekselleşen yöresel yiyecek içecekler sadece turizm destinasyonlarında tüketilmekle kalmaz; aynı zamanda hediyelik eşya olmaları bakımından da önemlidir. Gıda ürünleri ucuz ve nispeten taşınması kolay oldukları için özellikle hediyelik eşya olarak önemlidirler. Yöresel gıda ürünlerinin hediyelik eşya olarak önemli olmaları; bu ürünlerin bir yere özgü olması ya da o yerde meşhur olması ile ilgilidir (Okuyucu, 2011, s.93).

Bir bölgenin geleneksel kültürünü oluşturan önemli kaynaklarından bir diğeri ise geleneksel el sanatlarıdır. Nitekim turistler, ziyaret ettikleri alanlarda her yerde bulunan sıradan ürünlerden ziyade o yöreye özgü ürünleri tercih etmektedirler. Bunlar arasında el sanatları, en yaygın hediyelik eşya tipi olarak değerlendirilmektedir (Okuyucu, 2011, s.95). Ölmez ve Etikan (2008, s.381)'a göre el sanatları, belli bir geçmişi olan; kuşaktan kuşağa öğrenilerek günümüze gelen; günümüzde eğitimi verilen; görsel ve sanatsal değere sahip; el ile belli bir üretim tekniği kullanılarak ya da sermaye ve tesis gerektiren ticari ya da bireysel amaçlı turistik ve otantik kullanım ve hatıra eşyası üretimine dayalı uğraşların ortak adıdır. Kırsal alanda da daha çok kadının tarımdan arta kalan zamanlarında çoğunlukla tarımsal hammaddeyi değerlendirerek geleneksel bir üretim tekniği ile ortaya koyduğu ürünlerdir (Etikan ve Çukur, 2011, s.5).

Son olarak kırsal turizmin yapıldığı alanlarda geleneksel kültürü yansıtan müzecilik faaliyetlerinden bahsedilmesi mümkündür. Sözlü gelenek ve anlatımların, doğum-ölüm-evlenme gibi toplumsal uygulamaların, el sanatlarının, geleneksel giyim-kuşam özelliklerinin, geleneksel ev düzeni eşyalarının sergilenmesi gibi uygulamalara dünyada pek çok müzede yaygın bir şekilde rastlanılmaktadır (Okuyucu, 2011, s.96).

2.2. Kırsal Turizm ve Kadın İstihdamı

Kırsal turizmde kadın istihdamdan bahsedilmesinden önce ilk olarak genel açıdan turizm sektöründe istihdamın ele alınmasında fayda görülmektedir. Bu bağlamda Dünya genelinde turizmin istihdama toplam katkısı 2016 yılında 292,2 milyon kişi (toplam istihdamın %9,6'sı) olarak dikkat çekmektedir. 2017'de bu sayının 297,8 milyon kişi (toplam istihdamın %9,7'si) olacağı tahmin edilmektedir. 2027'ye gelindiğinde ise turizmin 381,7 milyon kişiye (toplam istihdamın %11,1'i) istihdam olanağı sağlayacağı düşünülmektedir (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2017a, s.4).

Türkiye'de ise turizmin istihdama toplam katkısının 2016 yılında yaklaşık 2,2 milyon kişi (toplam istihdamın %8,1'i) olduğu görülmektedir. 2017'de bu sayının 2,1 milyon civarlarına (toplam istihdamın %7,8'i) gerileyeceği, 2027'ye gelindiğinde ise Türkiye'de turizmin yaklaşık 3 milyon kişiye (toplam istihdamın %9,5'i) istihdam olanağı sağlayacağı tahmin edilmektedir (WTTC, 2017b, s.4).

Turizm sektöründe istihdamın demografik açıdan incelenmesi gereken önemli bir unsuru, istihdamın cinsiyet açısından dağılımıdır. Nitekim konumuz da kadın istihdamı üzerinedir. Bu noktada Dünya ve özellikle Avrupa genelinde, erkek istihdamı oranı, birçok sektörde kadın istihdamından yüksek olsa da, özellikle turizm sektöründe, kadın istihdamı oranı giderek artış göstermektedir (Ünlüönen ve Şahin, 2011, s.15). Ayrıca turizmde istihdam, genel olarak konaklama ve yiyecek içecek hizmeti sunan işletmelerde sağlanmaktadır. Bunun yanı sıra hava taşımacılığı, seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü hizmeti veren işletmeler de turizmde istihdam sağlamaktadırlar. Bu bağlamda cinsiyet dağılımlarını, hem bu işletmeler hem de genel olarak tüm sektörler kapsamında incelemek doğru olacaktır. Bu doğrultuda ilk olarak Tablo 2 dâhilinde Avrupa Birliği (AB) üyesi ülkelerde mevcut durum ortaya konmaktadır.

Tablo 2: AB Ülkelerinde Genel ve Turizm Sektöründeki İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı

Yıl	Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmeleri		Hava Taşımacılığı		Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri		Genel Olarak Tüm Sektörler	
	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>
	2009	%44,6	%55,4	%60,0	%40,0	%33,1	%66,9	%54,7
2010	%45,1	%54,9	%58,7	%41,3	%34,8	%65,2	%54,6	%45,4
2011	%44,9	%55,1	%59,9	%40,1	%30,6	%69,4	%54,5	%45,5
2012	%45,3	%54,7	%60,7	%39,3	%32,8	%67,2	%54,3	%45,7
2013	%45,4	%54,6	%61,7	%38,3	%35,3	%64,7	%54,2	%45,8
2014	%45,8	%54,2	%58,8	%41,2	%36,1	%63,9	%54,1	%45,9
2015	%46,3	%53,7	%58,3	%41,7	%35,2	%64,8	%54,1	%45,9
2016	%45,9	%54,1	%59,9	%40,1	%35,0	%65,0	%54,1	%45,9

Kaynak: European Statistics [EUROSTAT], 2017.

Tablo 2’de AB üyesi ülkelerde özellikle konaklama ve yiyecek içecek işletmeleri, seyahat acentaları ve tur operatörleri bazında kadın istihdamının erkek istihdamına oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Ancak hava taşımacılığı sektöründe ve bunların dışında kalan diğer sektörler eklendiğinde, diğer bir ifadeyle, ülke genelindeki tüm sektörler birleştirilerek bakıldığında, kadınlar ve erkeklerin oranlarının neredeyse yer değiştirdiği gözlenmektedir. Ancak her iki durum için de kadın istihdam oranının %45 ve %55 arasında seyir etmesi, AB ülkelerini kadın istihdamında diğer ülkelere kıyasla olumlu kılmaktadır. Nitekim ülkemizde mevcut durum Avrupa’dakinden çok farklıdır. Bu bağlamda Tablo 3 kapsamında ülkemizin mevcut durumu incelenmektedir.

Tablo 3: Türkiye’de Genel ve Turizm Sektöründeki İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı

Yıl	Konaklama ve Yiyecek İçecek İşletmeleri		Hava Taşımacılığı		Seyahat Acentaları ve Tur Operatörleri		Genel Olarak Tüm Sektörler	
	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>
	2009	%84,7	%15,3	%58,0	%42,0	%68,5	%31,5	%72,4
2010	%84,5	%15,5	%67,7	%32,3	%65,2	%34,8	%71,6	%28,4
2011	%82,1	%17,9	%72,2	%27,8	%58,1	%41,9	%71,1	%28,9
2012	%80,0	%20,0	%73,5	%26,5	%58,9	%41,1	%70,6	%29,4
2013	%78,3	%21,7	%74,8	%25,2	%66,1	%33,9	%70,1	%29,9
2014	%79,5	%20,5	%60,9	%39,1	%66,7	%33,3	%70,3	%29,7
2015	%78,1	%21,9	%60,2	%39,8	%69,4	%30,6	%69,8	%30,2
2016	%76,7	%23,3	%56,3	%43,7	%66,1	%33,9	%69,4	%30,6

Kaynak: EUROSTAT, 2017.

Tablo 3’te görüleceği üzere Türkiye ve AB üyesi ülkelerdeki turizm istihdam oranları, büyük farklılık göstermektedir. Çünkü ülkemizde kadın istihdam oranı, birçok diğer sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de erkek istihdam oranına kıyasla oldukça düşüktür. Bunun yanında görülmektedir ki,

turizmde kadın istihdamı ülkemizde yıllar itibariyle artış göstermektedir. Bu artış, turizm işletmelerinin giderek artan biçimde kadın istihdam etmeleriyle açıklanabilirken; turizm sektöründeki kadın iş gücü ve istihdamı için ciddi bir önem arz etmektedir (Uğuz ve Topbaş, 2016, s.67). Ancak konaklama ve yiyecek işletmelerindeki kadın istihdamı, son yıllarda artış göstermiş olsa da sonuç olarak 2016 yılı itibariyle %23,3'le sınırlı kalmaktadır. Ancak gerek 2016 yılı gerekse 2016 öncesindeki yıllar incelendiğinde hava taşımacılığı ve seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü hizmeti veren işletmelerde kadın istihdamının oranı yine erkek istihdamına kıyasla düşük olsa da ülke genelindeki kadın istihdamından oldukça yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Diğer taraftan ise 2016 yılı için ülke genelinde istihdam edilen kişi oranlarına bakıldığında kadın istihdamında %30,6 oranıyla karşılaşılmaktadır.

Ülkemizde kadın çalışanların oranı düşük olmasına rağmen, son yıllarda kadınlar lehine artışlar kaydedildiği ortadadır. Bu artışı, sektör kapsamına giren iş alanlarının genişlemesi ve bu sektördeki bazı işlerin “kadın işleri” olarak değerlendirilmesiyle açıklamak mümkündür (Demirkol, Fidan ve Pelit, 2004, s.74). Nitekim turizm sektörünün kapsamına aldığı turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi neticesiyle hem turist hem de yerel halk açısından alternatif turizm alanları ve türleri gündeme gelmektedir. Bu bağlamda değerlendirildiğinde kırsal bölgeler, AB dâhilindeki ülkeleri ziyaret eden turistlerin geçirdiği toplam geceleme sayısının yaklaşık %45'ini oluşturmaktadır (EUROSTAT, 2017). Bu noktada kırsal turizmin, ülkeler için önem arz ettiği; kadınların da kısmen kadın üzerine kurulu bir yapıda olan kırsal turizm için önem arz ettiği aşikâr bir gerçektir. Bu doğrultuda çalışmanın izleyen kısmında kırsal turizmin en önemli bileşenlerinden biri olan kırsal alandaki kadın ve kadın istihdamı üzerinde durulacaktır. İlk olarak Tablo 4 kapsamında ülkemizdeki kırsal ve kentsel alanlarda gerçekleşen istihdamın cinsiyet açısından dağılımının karşılaştırılması yer almaktadır.

Tablo 4: Türkiye’de Kentsel ve Kırsal Bölgelerde İstihdamın Cinsiyete Göre Dağılımı

Yıl	Kırsal		Kentsel	
	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>	<i>Erkek</i>	<i>Kadın</i>
2000	%64,4	%35,6	%81,4	%18,6
2001	%62,7	%37,3	%81,3	%18,7
2002	%62,4	%37,6	%79,6	%20,4
2003	%63,2	%36,8	%80,0	%20,0
2004	%64,2	%35,8	%80,0	%20,0
2005	%65,1	%34,9	%79,5	%20,5
2006	%65,2	%34,8	%78,9	%21,1
2007	%65,5	%34,5	%78,6	%21,4
2008	%65,5	%34,5	%77,8	%22,2
2009	%64,8	%35,2	%76,5	%23,5
2010	%64,0	%36,0	%75,6	%24,4
2011	%64,1	%35,9	%74,9	%25,1
2012	%64,0	%36,0	%74,1	%25,9
2013	%64,4	%35,6	%73,0	%27,0

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK], 2017.

Tablo 4 dâhilinde görülmektedir ki, ülkemizde yaşadığı çevre dikkate alındığında kırsal kadın, kentsel kadından daha fazla rol almakta ve istihdam edilmektedir. Ülke genelinde olduğu gibi kırsal bölgelerde de kadın istihdamı, erkek istihdamının gerisinde kalmaktadır. Ancak son 13 yıl incelendiğinde kırsal kadının kırsal alandaki istihdamın en az %35'ini oluşturması, kentsel bölgelerdeki kadınlara kıyasla, kırsal kadını farklılaştıran bir yapıdadır. Bununla birlikte kentsel kadının da son yıllarda gittikçe artan bir istihdam oranına sahip olduğunu da söylemek mümkündür. Ancak konumuz odak noktasının kırsal alanlardaki kadınlar olması sebebiyle, kırsal kadının ülke genelindeki kadınlardan farklı yapısı üzerinde durulacaktır.

Genel olarak, kırsal kesimde yaşayan kadınlarımızın, eğitimlerinin; hayat standartlarının; yaşam koşullarının şehirlerde yaşayanlara nispeten daha düşük, ancak sorumluluklarının daha fazla olduğu da bilinmektedir. Ayrıca, kadınların üretim hayatının belirli bölümlerinde, erkeklerden daha becerikli, verimli ve başarılı oldukları gözlemlerle kolayca tespit edilebilmektedir (Yavuz, Terin ve Güler, 2014, s.3). Kırsal kesimde mevcut iş gücünün büyük çoğunluğunu oluşturan kadınların tarımsal faaliyete katılımı, erkeklerin yanında ek iş gücü gibi değerlendirilmekte ve kadınların ev işlerinin bir uzantısı olarak düşünülmektedir (Kaya ve Atsan, 2012, s.1). Ancak halen geleneksel yapısını korumaya çalışan ve kalkınmayı amaçlayan toplumlarda kadının geleneksel rolünde de büyük değişimlerin olduğu gözlemlenebilmektedir (Oktik. 2001, s.2). Nitekim kadının aktif bir şekilde çeşitli görevler üstlenerek turistlere bire bir hizmet etmesi ve para kazanması toplum içindeki statüsünü de değiştirmekte ve sağlamlaştırmaktadır (Soykan, 2000, s.31).

Geleneksel kültürle ilişkilendirilmesi mümkün olan tüm bu noktalar neticesinde (geleneksel yiyecek içecekler, geleneksel el sanatları gibi) kırsal turizmin gelişmesi, yörede yaşayan kadınların istihdam edilmesine olanak sağlamaktadır. Çünkü kırsal alanda kırsal turizmin gelişmesine bağlı olarak, kadınlar, günlük ev işlerinin yanı sıra; konserve, meyve, peynir, süt ürünleri, köy ekmeği ve salça gibi tarımsal ürünler ve değişik el sanatları üreterek ve turistlere satarak gelir elde etmekte ve aynı zamanda da bu tür işlerle uğraşarak iş gücü sahibi olmaktadır. Ayrıca turistler, yöreye ekonomik yarar sunmanın yanı sıra aynı zamanda kültürel etkileşim yarattıklarından dolayı, kültürler arası diyaloga ve yörenin sahip olduğu geleneksel kültürün de yeniden canlanmasına olanak sağlamaktadırlar (Uçar vd., 2010, s.95-98).

Kırsal turizmin, sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan kadınlarla yakından ilişkisiyle birlikte (Külekeçi, Sezen ve Bulut, 2012, s.1314), geleneksellikle arasında oluşan ilişkisi, göz ardı edilemeyecek kadar büyüktür. Kırsal turizm, daha çok ev uzantılı etkinlikleri ön plana çıkardığı için kadın önceliklidir. El sanatlarına dayalı el işçiliği ve küçük birimlerin olması da kırsal turizmde kadını öncelikli kılmaktadır. Ayrıca kadınlar, kırsal turizmin gelişmesinden öte kırsal ekonominin canlanmasına yardımcı olan bir role sahiptir. Son zamanlarda kadın emeğinin bu özelliği, politika yapıcılar tarafından dikkat çekmiş vaziyettedir (Fidan ve Nam, 2012, s.53). Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler (BM) gibi uluslararası kuruluşlar özellikle kırsal alandaki kadının güçlendirilmesi konusuna odaklanmışlardır. Kırsal kadının güçlendirilmesi; toplumsal güçlendirme, örgütsel güçlendirme, politik güçlendirme ve psikolojik güçlendirme olarak başlıca dört grupta toplanmaktadır (Gökdemir ve Ergün, 2012, s.73-74):

- Toplumsal Güçlendirme: Kırsal kadının yeni ve faydalı bilgiye erişiminin sağlanması, yeni becerilerin ve yeteneklerin geliştirilmesine yardımcı olunması, kendine güven ve yetkinliğin temini, arkadaşlığın sağlanması ve diğer kadınlarla farklı aktivitelere katılım.
- Örgütsel Güçlendirme: Yeni bilgilerin verilmesi ve kırsal turizm kalkınması yoluyla kırsal kalkınma için teknoloji hakkında bilgilendirme ya da tarımsal kooperatiflerin kalkınması.
- Politik Güçlendirme: Kırsal toplumları etkileyecek diğer hükümet politikalarını ve kararlarını yeniden gözden geçirmek, kırsal toplulukları ve kırsal kadınları ilgilendiren konuları tartışmak için hükümet, sanayi ve diğer alanlardan çalışma gruplarının oluşturulması.
- Psikolojik Güçlendirme: Kendine güvenin artırılması, daha fazla motivasyon, ilham, coşku, yeteneklerinin geliştirilmesi için teşvik, gruplara katılımın sağlanması.

Kavramsal olarak değinilen bu noktalarla birlikte, genel olarak turizm sektörü, ekonomide kazandığı ağırlığın yanı sıra, yarattığı istihdam ve sosyal dengelerin kurulmasına yaptığı katkı nedeniyle,

aralarında BM, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), AB, Dünya Bankası (WB), International Monetary Fund (IMF) gibi birçok kurum ve kuruluşların özel önem verdiği bir sektör durumundadır (Demirkol vd., 2004, s.73). Kırsal turizm de bu kapsamda değerlendirme gereği söz konusudur. Ülkemizde kırsal alandaki kadınlara yönelik; ev ekonomisi eğitimleri, üretime yönelik eğitimler ve çalışmalar, UNICEF işbirliğiyle yürütülen projeler, hizmet içi eğitim seminerleri ve kırsal kadınların örgütlenmesi için çalışmalar gibi birçok konuda çeşitli faaliyetler gerçekleştirilmektedir (Köseoğulları, 2010). Bunların yanında Avrupa’da da kırsalda kadınları destekleyen çeşitli programlar (WERT gibi) yer almaktadır. Bu da kadınların kendileri için daha uygun gördükleri hizmet sektöründe daha fazla faaliyet göstermelerine ve kadın girişimciliğinin artmasında önemli rol oynamaktadır (Fidan ve Nam, 2012, s.53). Özetle, turizmde kadın istihdamının ve özellikle kadın girişimcilerin ön plana çıktığı örnekler günden güne önem kazanmaktadır. Bunlardan biri de Ankara-Beypazarı örneğidir (Köse, 2014, s.77).

3. BEYPAZARI KIRSAL TURİZMİNDE GELENEKSEL KÜLTÜR VE KADIN İSTİHDAMI

Beypazarı ilçesi, idari yönden Ankara iline bağlı bir ilçedir. Beypazarı ilçesinin büyük bir kısmı İç Anadolu Bölgesi’nin Yukarı Sakarya bölümünde, bir kısmı ise Karadeniz Bölgesi’nin Batı Karadeniz bölümünde yer almaktadır. Beypazarı ilçesini, kuzeyden Seben, Kıbrısçık, Dörtdivan (Bolu); kuzeydoğudan Çamlıdere; doğudan Gündül ve Ayaş; güneydoğudan Polatlı; güneyden Mihaliççik (Eskişehir); batıdan Nallıhan ilçesi idari alanı kuşatmaktadır. Coğrafi açıdan ilçenin, Ankara gibi önemli miktarda nüfus barındıran merkezlere yakınlığı önemli bir özelliğidir (Türkan, 2013, s.12-13).

Beypazarı, turizm açısından değerlendirildiğinde, ilk olarak 1999 yılında Belediye tarafından Beypazarı evlerinin korunarak kültürünün yaşatılması temel görev olarak kabul görmüş ve böylelikle kentte yeni bir vizyon oluşturulmuştur. Bu vizyon çerçevesinde kısa bir süre içinde tarihsel ve kültürel özelliklerin korunmasıyla kent kimliğinin vurgulanması ve turizmin geliştirilmesine yönelik girişimler başlatılmış, yerel ekonomi de turizm sektörünün gelişmesine bağlı olarak canlanmaya başlamıştır (Eceral ve Özmen, 2009, s.57). Nitekim tamamlanmış olan restorasyon çerçevesinde restore edilen evlerin bir bölümü, müze, otel ve yöresel yemeklerin yapıldığı restoranlara dönüştürülmüştür. Bunlar, fiziki mekân olarak Beypazarı’nı sağlıklılaştırma işlemleri olduğu kadar esnafa da destek verme içeriğindeki işlemlerdir (Köse, 2014, s.88).

Beypazarı’nda eski konaklar ve yemekler kültürel miras kapsamında ele alınmakta, bu değerlerini ön plana çıkartan çalışmalar yürütülmekte ve marka olmaya çalışılmaktadır. Ayrıca, Beypazarı’nın kendine has dilini ve kültürünü canlandırıp, korumak ve yaşatmak adına da çalışmalar yapılmış; işyeri levhalarında yabancı sözcük kullanımı yasaklanmıştır (Hocaoğlu, 2016, s.222-226).

İlçe halkı bu gelişmelerle birlikte geleneksel el sanatlarına sahip çıkmış ve bu sektörü geliştirmek üzere çalışmalar yapmıştır. Tarihi evlerin bulunduğu mahallelerde yaşayanlara Belediye tarafından sergi açma imkânı sağlanmış; böylelikle yöre halkı, özellikle de kadınlar, ürettiklerini satmaya başlamışlardır. Belediye tarafından ilçede 100’ün üzerinde tezgâh oluşturulmuştur. Yöreye turistlerin gelmeye başlamasından sonra turistik işletmeler açılmaya başlanmış; gümüş işlemeciliği, çevre, bindallı gibi geleneksel kültürü yansıtan ürünler fuarlara katılarak tanıtılmıştır. Turizmin canlanmasının etkisiyle geleneksel sanatlarından telkâri işçiliğinin yurt dışında da tanıtım çalışmaları başlatılmıştır (Özmen, 2007, s.51-52).

Beypazarı ilçesinin turizme açılmasıyla 1999 yılında Haziran ayının ilk haftasında ilk kez Beypazarı Havuç Festivali yapılmış ve bundan sonra her yıl Haziran ayının ilk haftasında geleneksel olarak bu festivaller günümüze kadar yapılmaya devam etmektedir. Yörenin etli güveç, dolma, kuru, mumbar, tatlı sucuk, pişmaniye, havuç lokumu gibi geleneksel yiyecekleri için patent alınması ve ilçe tanıtımlarında bunlara da yer verilmesi ilçenin turizm çekiciliklerini artırmıştır (Türkan, 2013, s.15).

Bu bağlamda ilçede geleneksel kültürü yansıtan yöresel yemeklerin ve el sanatlarının korunması için önce detaylı bir envanter ve kayıt çalışması yapılmıştır. İsim listesi çıkartılan yaşça büyük yerlilerin, evlerinde ziyaret edilerek bilgi ve becerilerini anlatmaları istenmiştir. Anlatımları uygulamalı biçimde kameraya çekilmiş ve derlenen bilgilerden kitap oluşturulmuştur. Büyüklerden alınan bilgiler, gençler arasında da yayılmaya başlamıştır. Bilenlerin sayısı arttıkça üretim yapma olanağı da artmaktadır.

Diğer yandan, “Yaşayan Müze” adında yenilikçi bir müzeleme anlayışı ilçede faaliyete geçmiştir. Bu müzeye giriş ücretlidir ancak müzede interaktif bir ziyaret yapılmaktadır. İlçenin kültürel mirası canlı olarak müze içinde deneyimlenmektedir (Öter ve Ünal, 2017, s.33). Somutun yanı sıra somut olmayanı da korumayı amaçlayan ve bu yönüyle bir farklılık ortaya koyan bu müzecilik anlayışı genellikle halk sanatları ve gelenekleriyle ilgilidir. Yaşayan Müze, Beypazarı'nın zengin ve köklü kültürünü ziyaretçilere göstermenin ötesinde, ziyaretçisine bu kültürü uygulama ve yaşatma olanağı vermektedir. Müzede etkinliklerin merkezinde yer alan ziyaretçiler kültürü etkin bir şekilde öğrenmektedirler (Yasayanmuze.net).

Gelenekselleşen yöresel yemekler, el sanatları ve festivallerin korunması için sıkı denetim ve farkındalık gerekmektedir. Bu bağlamda Beypazarı'nda kar hırsıyla uzak doğudan taklit ürün getirilmesine izin verilmemektedir. Bu ürünlerin ilçede satılması engellenmektedir. Fiyatlar yakından izlenmektedir. Üretim yerleri ve pazar, Belediye ve ilçe turizm tanıtma derneği tarafından ortaklaşa denetlenmektedir. Sadece ilçede üretilen ve burada üretildiği kanıtlanan yemekler ve el sanatlarının turistlere satışına izin verilmektedir. Üretim teknikleri de sıkça kontrol edilerek bozulma önlenmektedir. Festivallerde katılımcı esnafın Beypazarlı yemek üreticileri ve el sanatçıları olması şart koşulmaktadır. Diğer bir ifadeyle sadece Beypazarlı kişilerin stant açmasına ve satış yapmasına izin verilmektedir (Öter ve Ünal, 2017, s.33). Sonuç olarak görülmektedir ki, Beypazarı turizmde geleneksellik ve yöresellik esas alınmakta ve korunmaktadır.

Beypazarı; coğrafi konumuyla birlikte doğal, kültürel-tarihi özellikleri, merkezde yer alan kırsal turizm işletmeleri ve kırsal alanlarıyla kırsal turizm potansiyeli yüksek bir ilçedir. Bir yörenin turizm yapabilirliğine katkı sağlayan kırsal turizm potansiyellerinin, “doğal yerel özellikler” ve “kültürel-tarihi yerel özellikler” şeklinde değerlendirilmesinden hareketle, Beypazarı'nın kırsal turizm potansiyellerini, “doğal” ve “kültürel-tarihi” olarak iki grupta ele almakta fayda görülmektedir. Ayrıca böyle bir değerlendirme, Beypazarı İlçesi'nde önemli doğal potansiyeller olsa da kültürel-tarihi potansiyellerin çok daha zengin olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmanın izleyen kısmında Beypazarı'nın bu potansiyel unsurlarına değinilmektedir (Tatar ve Köroğlu, 2017).

Doğal potansiyeller:

- İnözü Vadisi,
- Hıdırlık Tepe,
- Yaylalar (Eğriova Yaylası, Tekke Yaylası),
- Kırmir Çayı ve Gönen Vadisi,
- Peri Bacaları,
- Tarımsal alanlar.

Kültürel-tarihi potansiyeller:

- El sanatları (altın, gümüş, telkâri işlemeciliği, dokuma),
- Müzeler ve kültür evleri (Tarih ve Kültür Müzesi, Yaşayan Müze, Türk Hamam Müzesi, Halkevi ve Cahide Gürsoy Müzesi, Taş Mektep, Limoncuoğlu Konağı, Abbasların Konağı, Beypazarı Doğa Evi),
- Yöresel lezzetler (Beypazarı ev tarhanası, güveç, Beypazarı dolması, uruş kapaması, erişte, 80 katlı Beypazarı baklavası, hoşmerim, perçem tatlısı, Beypazarı kurusu, Beypazarı simidi, Beypazarı ekmeği, havuç suyu, havuç lokumu, dut pestili),
- Festival ve şenlikler (Beypazarı Yöresi Festivali, Uçurtma Şenliği, Kızak Şenliği, Yayla Şenlikleri),
- Beypazarı evleri,
- Camiler (Alaaddin Camii, Akşemseddin Camii, Kurşunlu Camii, İmaret Camii, Yeni Cami, Baloğlu Camii, Tatlı Çeşme Camii),
- Mezar taşları,
- Köprü, han ve kervansaraylar (Suluhan Kervansarayı, Hacılar Köprüsü, Karcıkaya Köprüsü),
- Hanlarönü,
- Tarihi Çarşı,

- Bedesten,
- Hamamlar (Rüstem Paşa Hamamı, Eski Hamam),
- Anıtlar,
- Çeşmeler (Acı Çeşme, Arkbaşı Sokağı Çeşmesi) (Tatar ve Köroğlu, 2017).

Yukarıda da görüldüğü üzere Beypazarı, kırsal ve kültürel açıdan bütünleşmiş bir turizm destinasyonudur. İlçenin geleneksel kültürünü yansıtan öğelerinin birer arz unsuru olması, ilçenin kırsal turizm anlayışının en önemli noktasıdır. Bu noktada da Beypazarı turizminde geleneksel kültür yansıtılırken kadının üstlendiği rol ve kadın istihdamı ön plandadır. Bu yüzden çalışmanın izleyen kısmında Beypazarı'ndaki kadınlar üzerinde durulacaktır.

Beypazarı kadının turizmde aktif rol oynaması, hem turistler hem de medya tarafından dikkat çekici bir özellik olarak görülmektedir. İlçede kadınların (özellikle evli olan kadınlar) çalışması hoş karşılanmazken, turizmle birlikte artan iş gücü ihtiyacını karşılamak üzere kadınlar, otellerde kat temizliği, geleneksel gıda üretimi yapan atölyelerde işçilik, gıda satışı yapan dükkân işletmeciliği, el işi eşya üretimi ve satımı gibi toplumsal cinsiyetlerinin görev kapsamında olan bazı işlerde çalışmaya başlamıştır (Kara, 2011, s.61).

Görüldüğü üzere Beypazarı'nda kadın girişimciliğiyle kadın istihdamı iç içe geçen bir süreç olarak ele alınmaktadır. Çünkü kadınların iş hayatında yer almaları, onların toplumsal cinsiyet rollerinin belirlenmiş alanı içerisinde mobilize olmalarını gerektirmektedir. Buna göre Belediye'nin restore edilmiş yapılarda atölye ya da tezgâh olarak kullanıma açtığı bir yerin işletmesini gerçekleştiren, bir turistik tesis sahibi vb. kadınlar girişimci olarak kategorize edilirken, gerek kadın girişimcilerin gerekse de erkek girişimcilerin yanlarında yine toplumsal cinsiyet rollerinin dairesi içerisinde istihdam edilen kadın çalışanlar bulunmaktadır (Köse, 2014, s.93).

Beypazarı'nda turizmden 500 ailenin yararlandığını, 2000'e yakın kişinin turizmden kazanç sağladığını söylemek mümkündür. 1500'e yakın ev hanımı bugün turizm sayesinde gelir (el işleri ve ev yemekleri) kazanmaktadır. İlçede turizmin gelişmesi en çok düşük gelirli ailelere ve ev hanımlarına yaramaktadır. Turizmle bağlantılı son 10 yılda kurulan işyerlerinin büyük çoğunluğu (yaklaşık %90) kadınlar tarafından işletilmektedir. Kadınların iş hayatına bu denli katılması sosyolojik değişimlere ve toplumsal cinsiyet anlayışının yumuşamasına yol açmaktadır. Artık kadının çalışmasına ve kendi işini kurmasına daha hoşgörülü bakılmaktadır (Öter ve Ünal, 2017, s.32).

Beypazarı'nın turizminin gelişmesinde kadınların çok büyük rolü olduğu tanıtım programlarında da sürekli bahsedilmektedir. Özellikle ilçeye gelen turistlerin hemen hemen hepsinin ziyaret ettiği Alaaddin Sokak'taki tezgâhlarda ev yapımı tarhana, makarna gibi gıdalar başta olmak üzere çeşitli ürünleri satan kadınlar ilgi odağı olmaktadır. Ancak bu işin ilk başladığı zamanlarda yerli halkın tezgâh işine sıcak bakmaması ve kadınların dışarıda çalışmaya alışkın olmamaları zorluk yaşamalarına sebep olmuştur. O zamanlarda kadınların motivasyonunun düşmemesi adına Belediye, çevredeki halkı ürünleri satın almaya teşvik etmeye çalışmıştır. Tezgâhların yerleştirilmesi ve fiyatların kontrolü Belediye zabıtası tarafından yapılırken, kaliteden ödün verilmemesi adına ürünün kalite kontrolünün yapılması görevini Turizm Derneği üstlenmiştir (Takano, 2008, s.40). Beypazarı'nda Belediye ve Kaymakamlık özellikle kadınlara yönelik, çeşitli kurs ve seminerler düzenlemişlerdir. Bu bağlamda ipek kilim ve kilim atölyesi, tiftik battaniye, ipek bürgü, kumaş üzerine ıhlamur baskı, gümüş atölyesi ve kökboyama atölyesi kurulmuştur. Kız Meslek Lisesi'nde turizm sektörüne hizmet etmek üzere Beypazarı'nın kültürüne uygun giyim, kumaş, işleme örtü hediyelik eşya üretimi satışına yönelik kurslar açılmıştır. 150 yıl önce yörede üretimi yapılan el dokuması "sof kumaş" (3-4 aylık oğlak yününden elde edilen) üretiminin turizm sektörüne hizmet etmek amacıyla yeniden canlandırılması hedeflenmiştir (Özmen, 2007, s.55).

Beypazarı ilçesinin turizme açılmasıyla birlikte daha önceleri tarlada çalışan ya da ev hanımı olan birçok kadın öncelikle turizm alanında istihdam edilmiş ve zamanla kendi işletmeleri açarak Beypazarı yemek kültürünün tanıtılması ve turizminin gelişmesinde önemli rol oynamaya başlamışlardır. Turizmin ilk yıllarında dönemin Belediye başkanı Mansur Yavaş'ın yardımlarıyla evlerinde yaptıkları yiyecekleri işletmelere satmaya başlayan Beypazarı kadınları, daha sonraki yıllarda evde yaptıkları

yiyecekleri Belediye'nin tahsis etmiş olduğu tezgâhlarda satmaya başlamışlardır. Turizmin Beypazarı'nda hızlı bir çıkış yakalamasıyla birçok kadın kendi iş yerlerini açarak hem üretim hem de satış faaliyetlerine başlamışlardır. Daha önceleri evlerinde yaptıkları, Beypazarı sarması, Beypazarı ev makarnası, güveç, Beypazarı kurusu, ev tarhanası, cevizli sucuk, 80 katlı baklava, hoşmerim, yarımca (gözleme), bazlama gibi yiyecekleri iş yerlerinde ilçeyi ziyarete gelenlere sunarak hem ekonomik olarak fayda sağlamış hem de yöresel yemeklerin tanıtımına katkıda bulunmuşlardır. Genel olarak değerlendirildiğinde turizm faaliyetlerinin başlamasından önce kadınların dolaşmak için bile giremediği Beypazarı çarşısının birçok dükkânını bugün kadınlar işletmekte ve yöresel yiyeceklerden, yöresel kıyafetlere, süs eşyalarından takılara birçok ürünün imalatı ve satışında görev almaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kırsal turizm her şeyden önce kırsal alanlar için istihdam ve gelir fırsatı teşkil etmektedir. Özellikle tarımsal faaliyetlerin yoğun olduğu yerlerde asıl uğraşı olan tarım terkedilmeden, yörenin sahip olduğu doğal, sosyo-kültürel ve tarihsel değerleri, turizm amaçlı kullanılarak ek gelir sağlamak ve refah düzeylerini yükseltmek kırsal turizmle mümkündür. Özellikle bölgelerarası gelişmişlik farkının ve yoksulluğun daha çok olduğu ülkelerde kırsal turizm, arz potansiyelinin etkin bir şekilde kullanılmasıyla bu sorunların giderilmesinde etkin bir alternatif durumundadır (Çeken vd., 2007, s.12).

Bu bağlamda değerlendirildiğinde Beypazarı'nda turizmin gelişmesi, kendi içsel dinamiklerini yerel yönetimin harekete geçirmesiyle başlamıştır. Beypazarı, Ankara metropoliten kentine yakın olması; turizmin yoğun olarak 7 aya yayılmış olması ve yöresel gıdanın gelişmiş olması hususlarından avantaj sağlarken, ilçenin, yerel kültürel öğelerinin özellikle yöresel yemek ve ürünlerinin bir turizm ürünü olarak pazarlanmasında başarısından bahsetmek söz konusudur (Erdoğanaras ve Öztürk, 2016, s.155).

Özellikle 1999 yılı sonrası geniş restorasyon projesi ile Beypazarı'nın turizm atılımı beraberinde halk içerisinde de ilgi görmüş ve %70'i tarım sektöründe çalışan halkın turizme olan eğilimi artmıştır. Beypazarı'nda turizmin doğrudan sonuçlarının başında toplumsal cinsiyet rollerinin yeniden tanımlanması gelmektedir. Turizm öncesi ilçede kadınların evin dışında çalışmasına sıcak yaklaşılmamaktadır. Buna göre %70'i tarım sektöründe istihdam edilen ilçe halkının kadınları da tarımsal alanda ya da evin içerisinde ucuz iş gücü olarak çalışmaktadır. Ancak turizm sektörüyle birlikte toplumsal cinsiyet rollerinin içerisinde tanımlanan farklı işlerde kadınlar çalışmaya başlamışlardır (Köse, 2014, s.88-93).

Turizmle bağlantılı yeni iş kolları el sanatları, hizmet endüstrisi kolları, hediyelik eşya alışverişi, yiyecek-içecek işletmeleri ortaya çıkmıştır. Turizmden en çok kazanan kesim ev kadınları ve diğer kadınlar olarak belirmiştir. Geçmişte erkekler genellikle kolayca iş bulabilirken turizm sayesinde kadınlar da üretime katılmaktadır. Tarımda çalışan kadınlar artık artan oranda turizmde istihdam edilmektedir. (Öter ve Ünal, 2017, s.31).

Kırsal turizm, görülmektedir ki, kadın emeğine dayalı bir turizm türü olduğu için kadına istihdam ve girişimcilik alanları yaratarak toplumsal kalkınmaya destek vermektedir. Beypazarı'nda da kadınlar kırsal turizmdeki faaliyetleri ile bölgenin kalkınmasına ve tanıtımına çok önemli katkı sağlamaktadır. Sonuç olarak, kırsal turizmde kadın iş gücü çok önemli bir yer tutmaktadır ve Beypazarı'nda da bu önem kendini hissettirmektedir (Köse, 2014, s.105).

Kırsal turizmin Beypazarı'nda kadın istihdamı yaratması ve geleneksel kültürü yansıtmasının yanında genel olarak ilçe turizmine yönelik birtakım önerilerden bahsetmek mümkündür. Bu bağlamda, ilçede kırsal turizmin devamlılığı için gerekli tanıtımların ve reklamların, Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından da detaylı ve yoğun bir şekilde yapılmasının ilçe turizmi için daha etkili sonuçlar verebileceği gündeme getirilmelidir (Torun, 2013, s.36). Ayrıca ilçeye ait logoya bakıldığında logonun güncellenmediği, halen tarımını ve sanayisini anlatan figürlerin logoda bulunduğu görülmektedir (Hocaoğlu, 2016, s.230). Bu durumda gerek ilçenin tanıtımlarında gerek logosu üzerinde ilçe için kadının ve geleneksel kültürün rolü vurgulanmalıdır. Bununla birlikte her yıl geleneksel olarak Haziran ayında düzenlenen Uluslararası Beypazarı Tarihi Evleri, El Sanatları, Havuç ve Güveç Festivali'ne katılım genişletilmeli ve dünyaya tanıtılması sağlanmalıdır (Çetin, 2009, s.30). Çünkü kırsal turizmin asıl müşterisi, yabancı turistler olmalıdır. Diğer bir ifadeyle kırsal turizm dış turizmde

yerini almalıdır (Ün, Tutar, Tutar ve Erkan, 2012, s.350). Bu bağlamda Beypazarı'nın bu konuya dikkat çekerek hareket etmesi yararına olacaktır. Yöre halkının özellikle de turizm ile ilgili işlerde çalışan genç nüfusun yabancı turistlerle iletişim kurabilecek düzeyde yabancı dil (İngilizce, Fransızca, Almanca, Japonca, İspanyolca, Rusça gibi) öğrenmeleri oldukça önemlidir. Bu konuda Kaymakamlık, İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, Belediye ve Üniversiteler işbirliği yapmalı ve yabancı dil kursları düzenlemelidir (Çetin, 2009, s.30). Bu eğitimlerin sadece genç nüfusu değil ilçede istihdam edilen kadınları da kapsayacak nitelikte olmasına dikkat edilmelidir.

İlçede geleneksel kültürünü somut olarak yansıtan ve ilçedeki turizmin öncüsü olan Beypazarı evlerinin yanı sıra ilçenin diğer doğal ve kültürel turizm değerleri de aynı oranda ön plana çıkarılarak turistlere daha fazla seçenek sunulması yararlı olacaktır. Bu bağlamda ilçe merkezinden çevredeki turistik yerlere turlar ve geziler düzenlenmelidir (Çetin, 2009, s.30). Turist rehberlerinin; turist ve yerel halk arasında adeta bir köprü gibi bağlayıcı-uzlaştırıcı rolü ihmal edilmemelidir. Bu yüzden ilçede turisti geleneksel kültürün önemi ve korunması gerektiği konusunda yönlendirecek, bilgilendirecek olan rehberlerin sorumlulukları ve etkinlikleri dikkate alınmalıdır (Uslu ve Kiper, 2006, s.313). Bu noktada ilçedeki kırsal turizmin gelişmesini engelleyen en önemli eksikliklerden biri seyahat acentası ve eğitilmiş turist rehberi bulunmamasıdır. Bunun yanı sıra turizm işletmeleri ile kamu kurumlarının kırsal turizmi geliştirme konusunda koordinasyon içinde olmamaları sektörün gelişimindeki engellerdendir. Beypazarı İlçesi'nde turizmin günübirlik olması da kırsal turizmin kısıtlı kalmasındaki engeller arasındadır. Turistleri çekecek, günübirlik turizm yerine, konaklama süresini uzatacak aktivitelerin ve gerekli yatırımların geliştirilmesi, ilçede kırsal turizmin gelişmesine katkı sağlayacaktır. Beypazarı'nda mevcut bulunan otel ve restoranların kalitesinin artması, turist sayısını ve kalitesini olumlu etkileyecektir (Tatar ve Köroğlu, 2017). Bunun dışında ilçede turizmle ilgilenen kırsal kesimdeki kişilere çeşitli ödüller verilerek ve yatırım yapabilmeleri için devlet tarafından eğitim desteğinin yanında daha fazla ekonomik destek sağlanarak bu işi edinenlerin sayısının daha da çoğaltılması sağlanabilmelidir (Torun, 2013, s.36-37).

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. ve Çeltek, E. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akdoğan, F. (2010). Geleneksel Yerleşmelerde Kültür Turizmi: Beypazarı Örneği, *Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 10(2), 125-136.
- Aref, F. ve Gill, S. S. (2009). Rural Tourism Development through Rural Cooperatives, *Nature and Science*, 7(10), 68-73.
- Ayazlar, R. (2017). Kırsal Turizmde Yerel Halkın Tutumu, *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16(1), 53-69.
- Bahçe, A. S. (2009). Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 1-12.
- Baykal, F. ve Toprak, M. A. (2010). *Kırsal Kalkınma ve Kırsal Turizm: Bozdoğan (Aydın) İçin Bir Araştırma*, Bozdoğan II İçinde. İzmir: Bozdoğan Belediyesi Yayını.
- Çapar, G. ve Yenipınar, U. (2016). Somut Olmayan Kültürel Miras Kaynağı Olarak Yöresel Yiyeceklerin Turizm Endüstrisinde Kullanılması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special Issue 1),100-115.
- Çeken, H., Karadağ, L. ve Dalgin, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma, *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1-14.
- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda Turist-Yerel Halk Etkileşimi ve Turizmde Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, 9(1), 15-32.
- Daniloska, N. ve Naumova-Mihajlovska, K. H. (2015). Rural Tourism and Sustainable Rural Development, *Economic Development/Ekonomiski Razvoj*, 17(3), 305-318.
- Demirkol, Ş., Fidan, F. ve Pelit, E. (2004). Turizm Sektöründeki Bayan İşgörenlerin Karşılaştıkları Sorunlar ve Otel İşletmelerinde Bir Uygulama, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(8), 71-88.

- Eceral, T. Ö. ve Özmen, C. A. (2009). Beypazarı'nda Turizm Gelişimi ve Yerel Ekonomik Kalkınma, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 46-74.
- Erdoğan, S. (2002). Kırsal Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü, *Türk İdare Dergisi*, (435), 197-204.
- Erdoğanaras, F. ve Öztürk, A. H. (2016). Turizm Girişimciliği: Beypazarı ve Safranbolu Üzerine Karşılaştırmalı Bir Çalışma, *80 Sonrası Mekan ve Planlama*, 139-160.
- Etikan, S. ve Çukur, T. (2011). Kırsal Turizm Faaliyetlerinin Çomakdağ-Kızılağaç Köyü El Sanatları Üzerine Etkisi, *Art-e Sanat Dergisi*, 4(8), 1-15.
- European Statistics (EUROSTAT). (2017). Tourism Statistics, <http://ec.europa.eu/eurostat/web/tourism/data/database>., Erişim Tarihi: 29 Temmuz 2017.
- Fidan, F. ve Nam, D. (2012). Kırsal Turizmde Yeni Dinamikler: Kadın Girişimciler-Taraklı Örneği, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 51-57.
- Gökdemir, L. ve Ergün, S. (2012). Kırsal Kalkınmada Kadının Rolü, *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 67-80.
- Hatipoğlu, A., Zengin, B., Batman, O. ve Şengül, S. (2013). Yöresel Yemeklerin, Kırsal Turizm İşletmeleri Mönülerinde Kullanım Düzeyleri: Gelveri Örneği, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(1), 6-11.
- Hocaoğlu, D. (2016). Beypazarı'nın Kültürel Mirasa Dayalı Kentsel Markalaşmasında Tasarımın Rolü, *Milli Folklor*, 28(109), 217-232.
- Irshad, H. (2010). *Rural tourism-an overview*, Rural Development Division, Government of Alberta, Canada.
- Kara, Ç. (2011). Turistik Ticari Halkbilimsel Ürünler ve Beypazarı, *Milli Folklor*, 23(89), 54-65.
- Karacan, S., Karacan, E. ve Güngör, Y. (2016). Kırsal Turizm ve Alternatif Kırsal Turizm Hizmetleri. *5. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu ve I. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, Doğu Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi, 22-23 Nisan 2016, KKTC.
- Kaya, T. E. ve Atsan, T. (2012). Kırsal Kadınların Sosyo-Ekonomik Durumları ve Geleceğe Yönelik Beklentileri (Tra1 Bölgesi Örneği), *Turkish Journal of Agricultural Economics*, 18(1), 1-11.
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Köse, Z. (2014). Turizmde Kadın İstihdamı ve Kadın Girişimciliği Beypazarı Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Köseoğulları, G. (2010). Kırsal Kadın ve Katılımcılık; Tekirdağ İli Karacakılavuz Beldesi Küçük Sanat Kooperatifi Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdağ.
- Kuşat, N. (2014). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Bir Alternatif Olarak Kırsal Turizm ve Türkiye'de Uygulanabilirliği, *AİBÜ-İİBF Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(2), 65-87.
- Külekcı, E. A., Sezen, I. ve Bulut, Y. (2012). The role of women in rural tourism, the sample of Gaziler Village (Bardiz), Erzurum, Turkey, *Journal of Food, Agriculture & Environment*, 10(2), 1314-1319.
- Lane, B. (1994). What is Rural Tourism?, *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 7-21.
- Mikaeili, M. ve Memlük, Y. (2013). Kırsal Turizm ve Kültürel Turizmin Bütünleşmesi ve Kırsal Sürdürülebilir Kalkınma, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 3(2), 87-91.
- Oktik, N. (2001). Turizm Sektöründe Çalışan Kadınların Toplumsal Değişime Etkileri. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, 1(4), 1-7.
- Okuyucu, A. (2011). Osmaneli İlçe Merkezinde Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Ölmez, F. N. ve Etikan, S. (2008). Kavramsal Açından El Sanatları Sorunsalı, I. Ulusal El Sanatları Sempozyumu, Ankara: Gazi Üniversitesi Türk El Sanatları Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları-1, 369-383.

- Öter, Z. ve Ünal, E. (2017). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Beypazarı Turizm Destinasyonunda Yerel Ekonomiye Katkıları, *International Journal of Contemporary Tourism Research*, (1), 26-37.
- Özmen, C. A. (2007). Yerel Ekonomik Kalkınma Girişimi ve Etkileri Beypazarı Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 67-75.
- Soykan, F. (2000). Kırsal Turizm ve Avrupa'da Kazanılan Deneyim, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11, 21-33.
- Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi için Önemi, *Ege Coğrafya Dergisi*, 12(1), 1-11.
- Takano, A. (2008). Türkiye'de Turizm ve Kültür: Beypazarı'nda Turizm Gelişme Sürecinde Yerli Halk ile Turist Yabancılar Arasındaki Etkileşim Üzerine Etnolojik Bir İnceleme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Tatar, F. ve Köroğlu, B. A. (2017). Ankara İli Beypazarı İlçesi Kırsal Turizm Gelişimi ve Yerel Kalkınmaya Etkisi, *Planlama Dergisi*.
- Torun, C. (2015). Elazığ İlinin Kırsal Turizm Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, T.C. Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Torun, E. (2013). Kırsal Turizmin Bölge İnsanına Katkıları, *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(24), 31-37.
- Türkan, O. (2013). Beypazarı İlçesinin Turizm Potansiyeli ve Turizm Faaliyetlerine Yönelik Öneriler, *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32, 12-25.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2017). *İşgücü İstatistikleri (1988-2013)*, <https://biruni.tuik.gov.tr/istgucuapp/istgucu.zul>. Erişim Tarihi: 29 Temmuz 2017.
- Uçar, M., Çeken, H. ve Ökten, Ş. (2010). *Kırsal Turizm ve Kırsal Kalkınma: (Fethiye Örneği)*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uğuz, S. Ç. ve Topbaş, F. (2016). Turizmde Kadın İstihdamı ve Ücret Ayrımcılığı: Karşılaştırmalı Bir Analiz, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 62-78.
- Uslu, A. ve Kiper, T. (2006). Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3), 305-314.
- Ün, E., Tutar, F., Tutar, E. ve Erkan, Ç. (2012). Ekonomik Kalkınmada Kırsal Turizmin Rolü: Türkiye Örneği, *International Conference On Eurasian Economies*, 345-350.
- Ünlüönen, K. ve Şahin, S. Z. (2011). Turizmde İstihdam, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 1-25.
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2017a). *WTTC Travel & Tourism Economic Impact 2017 World*, <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/regional-reports>., Erişim Tarihi: 29 Temmuz 2017.
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2017b). *WTTC Travel & Tourism Economic Impact 2017 Turkey*, <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/country-reports>., Erişim Tarihi: 29 Temmuz 2017.
- Yasayanmuze.net. *Hikâyemiz*, <http://www.yasayanmuze.net/page2.aspx>., Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2017.
- Yavuz, F., Terin, M. ve Güler, İ. O. (2014). *Bayburt Kırsalında Üretimde Kadının Rolü ve Etkinliğinin Artırılması Proje Raporu*, <http://www.bayproje.org/uploads/bayproje.org/dosya/Bayproje-Rapor-pdf17112014111019.pdf>., Erişim Tarihi: 29 Temmuz 2017.

TURİZM VE BÖLGESEL KALKINMA: TURİSTİK BİR DESTİNASYON OLARAK SİNOP İLİNİN DURUM ANALİZİ

Yrd. Doç. Dr. Özlem ALTUNÖZ SÜRÜCÜ
Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
altunoz@sinop.edu.tr

Öğr. Gör. Şaban KARGİGLİOĞLU
Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
skargiglioglu@sinop.edu.tr

Arş. Gör. Serkan AK
Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
serkanak@sinop.edu.tr

Özet

Ekonomik büyüme ve kalkınma, tüm ülkelerin temel amaçlarından birisidir. Sanayi ve tarım gibi diğer ekonomik faaliyetlerin yeterince gelişemediği ülke ve bölgelerde turizm endüstrisi, kalkınmada bir araç olarak kullanılmaktadır. Sinop, gerek coğrafi konumu gerekse sahip olduğu kaynaklar itibarıyla sanayi ve tarım gibi endüstrilerin yeterince gelişemediği bir şehir konumundadır. Çok sayıda turistik çekim unsuruna sahip olan ilin, turizm endüstrisinden aldığı pay ise Türkiye ortalamasının çok altındadır. Turizmin bölgesel kalkınmaya etkisinin teorik olarak incelendiği bu çalışmada, Sinop ilinin bir çekim merkezi olarak mevcut durumunu tespit etmek ve turizmin bir kalkınma aracı olarak kullanılabilirliğini belirlemek amaçlanmıştır. Sinop ilinin turistik açıdan mevcut durumunu tespit etmek üzere öncelikle ilin turizm potansiyeli, işletme ve yatak kapasitesi, yıllara ve aylara göre ziyaretçi sayıları vb. istatistiklerden yararlanılmıştır.

Anahtar Kelime: Bölgesel kalkınma, turizm, kalkınma ve turizm ilişkisi, destinasyon analizi, turizm talebi.

TOURISM AND REGIONAL DEVELOPMENT: SITUATION ANALYSIS OF SİNOP AS A TOURISTIC DESTINATION

Abstract

Economic growth and development is one of the main objectives of all countries. The tourism industry is being used as a means of development in countries and regions where other economic activities such as industry and agriculture are not sufficiently developed. Sinop is a city where industry and agriculture can not develop sufficiently due to its geographical location and resources. Although it has a lot of attractions, Sinop's share of the tourism industry is far below Turkey's average. In this study, which is theoretically examined the effect of tourism on regional development, it is aimed to determine the current situation of Sinop as a destination and to determine the availability of tourism as a development tool. In order to determine the present situation of Sinop in terms of tourism, statistics such as tourism potential, number of establishments, bed capacity, number of visitors by years and months were used.

Keywords: Regional development, tourism, development and tourism relation, destination analysis, tourism demand.

1. GİRİŞ

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, turizm, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Turizm, çoğu zaman diğer birçok endüstri gibi bölgesel veya ulusal kalkınma için bir araç olarak kullanılmıştır. Turizm sektörü, yaygın biçimde gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında; ödemeler dengesi problemlerinin hafifletilmesinde; bölgesel ve ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada rol oynayan önemli bir faktör olarak yerini almıştır (Çımat ve Bahar, 2003, s.2).

Bölgesel kalkınma kavramı, bir bölgede oluşan niteliksel ve niceliksel yöndeki bütün ilerlemelerin bir arada bulunmasıdır. Niteliksel olarak sosyal, kültürel, politik etmenler esas alınırken, niceliksel olarak da ekonomik etmenler esas alınmaktadır. Bir ulusun kalkınması, bölgesel kalkınmadan geçmektedir. Bölgesel kalkınmanın gerçekleşmesi ise, yerel kalkınmanın gerçekleşmesini gerekli kılmaktadır. Bundan dolayıdır ki, ulusal düzeyde yürütülen ekonomik kalkınma politikaları terk edilerek yerel/bölgesel düzeyde kalkınma kuruluşlarına yönelme gerçekleşmektedir. Bu çerçevede, son on yıllık dönemde ülkeler, ulusal kalkınmayı gerçekleştirebilmek ve bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarını gidermek için her bölgenin kendine özel avantajlı taraflarını ortaya çıkaracak, kendilerine özel problemlere çözümler üretecek bir bölgesel kalkınma politikasına yönelmiş durumdadırlar (Kıratoğlu, 2015, s.1).

Ülkemizin kültürel zenginliğinin, bölgesel kalkınmaya aktif bir şekilde katkı sağlaması ve bu sağlanan katkının daha geniş bir alana yayılması için turizm sektöründe farklılaşmaya gidilmelidir. Bir bölgeyi diğerinden ayıran farklı yapan ayrıcalıkların belirlenerek, bunların tanımlanması ve bunlardan ne şekilde yararlanılacağı konusunda yol haritası çıkartılması hem bölgesel hem de bütünsel olarak kalkınmaya katkı sağlayacaktır.

Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için temel şartlardan biri, dış satımın artırılmasıdır. Bu ülkelerde ekonomik gelişme ve çağdaşlaşma için geleneksel tarım ekonomisinden endüstriyel ekonomiye geçiş bir zorunluluktur. Ancak böylesine bir değişim, büyük miktarda sermaye, yabancı döviz kazancı ya da dış borçlanmayla mümkün olmaktadır. Bu durum endüstriyelleşme için gerekli finansman kaynaklarını yaratmak amacıyla ülke yöneticilerini turizm sektörüne yönlentmektedir (İçöz ve Kozak,1998, s.159).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde yatırımcılar ağırlıklı olarak daha az riskli gördükleri bölgelerde yatırım yapmayı tercih etmektedirler. Ayrıca sanayi bölgeleri dışında kalan yerler eğer turistik çekiciliğe sahip ise yatırım anlamında turizm seçilmektedir. Turizm sektörü, bölgelerin sahip oldukları turizm arz kaynaklarını etkin bir şekilde kullanarak, bölgeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesi ve bölgesel bir kalkınmanın sağlanması konusunda önemli bir yere sahiptir.

Sinop, İnceburun yarımadasının doğusunda, Sinop yarımadasının güney kıyısındaki İç Liman'ın çevresinde kurulmuş eski bir yerleşim merkezidir. Sinop, ülkemizin geri kalmış ve az nüfuslanmış yöreleri arasında yer almakta ve gerek batı illerimize ve gerekse yurt dışına devamlı göç vermektedir.

2. BÖLGESEL KALKINMA KAVRAMI

Kalkınma kavramı, yıllardan beridir toplumların farklı ihtiyaçlarına yönelik olarak sanayileşme, ilerleme, büyüme, toplumsal yapıdaki değişme gibi olgular çerçevesinde değişiklikler göstermektedir. Bu sebeple kalkınmayı açıklarken, söz konusu olguların zaman içerisinde nasıl şekillendiği ve ne tür farklılıklar sonucunda ilerlemenin gerçekleştiği, kalkınmadan bahsedebilmek adına önem arz etmektedir (Yavilioğlu, 2002, s.59). Dolayısıyla, kalkınmanın tanımı yapılırken sadece ekonomik boyutunu düşünmek yerine, sosyal ve beşeri açıdan da ele almak gerekmektedir. Bir ülkenin kalkınması ekonomik büyümenin yanı sıra sosyal, teknolojik, bilimsel, siyasi, kültürel vb. birçok alanda gelişebilme sürecidir (Çalı, 2011, s.423).

Bölgesel kalkınma, “ülke bütününde yer alan bölgelerin, çevre bölgeler ve dünya ile karşılıklı etkileşimi ile oluşan bölge vizyonunu dikkate alan, katılımcılık ve sürdürülebilirliği temel ilke edinen ve insan kaynaklarının geliştirilmesi yoluyla bölge refahının yükseltilmesini amaçlayan çalışmalar bütünüdür” (Taşcı vd., 2011, s.9). Diğer bir tanıma göre bölgesel kalkınma, “geniş ulusal sürdürülebilir kalkınma stratejisinin tutarlılığı konusunda, genel rekabet dengelerini bozmayan etkinlik ve refah kazandırıcı çabaların tümüdür” (Akpınar, 2012, s.35).

Bölgesel kalkınmanın sağlanması açısından çok çeşitli teşvikler uygulanmaktadır. Bunlar yatırım indirimi, ekonomik amaçlı vergi resim harç istisnası, gümrük muafiyeti, KDV desteği, teşvik kredileri, teşvik primi, arsa tahsisi, ücret gelirlerinin vergilendirilmesinde özel indirim oranlarının artırılması, elektrik enerjisi sübvansiyonu vb. uygulamalardır. Tutarlı bir bölgesel kalkınma politikasına dayanan

etkin bir teşvik sistemi, bölgesel dengesizliklerin giderilmesinde önemli rol oynamaktadır. Bu bağlamda teşvik sisteminde hangi bölgenin ve hangi sektörün ne kadar teşvik aldığı iyi analiz edilmelidir. Belirli bölge ve sektörlerin aldığı teşvik önceliği belirli hesaplara ve planlara dayanmalı, belirli grup ve kişilerin politik gücüne göre oluşturulmamalıdır. Özellikle geri kalmış bölgelerdeki yatırımların canlandırılması için öncelikle bölgedeki girişimcilerin çeşitli teşvik tedbirleri ile yatırıma özendirilmesi gerekmektedir (Öztürk ve Uzun, 2010, s.104-105).

Hızla gelişen teknoloji, küreselleşme ve ona ayak uydurmaya çalışan toplumsal değişim sonucu, dünya ülkeleri ve bu ülkelerin kendi bölgesel alanları arasında sosyo-ekonomik ve kültürel gelişim ve değişim bakımından farklılıklar olduğu görülmektedir. Ülkeler arasında gelişmişlik düzeyleri bakımından farklılıkların, bir ülkenin sosyal yaşamını nasıl etkilediği, daha doğrusu onu nasıl güçlü bir refah ülkesi konumuna getirdiği ve aynı zamanda dünya ülkeleri arasında söz sahibi kıldığı ya da tam tersi, kalkınma çabaları içerisinde gelişmeye, güçlenmeye, gelişmiş ülkeler arasında yer almaya çalışan ülkelerin sosyal yaşamlarındaki zorlanmaları ortadan kaldırmak ya da en az düzeye indirmek için başta kalkınma planları olmak üzere değişik uygulamalara yöneldikleri gözlenmektedir. Bugün, hızla gelişen ve yayılan, toplumsal yaşam üzerindeki etkisi ile dünyayı her yönüyle kolay ulaşılabilen bir mekân durumuna getiren teknoloji sayesinde küreselleşme denen olgu, günlük yaşamımızda etkili olduğu gibi ülkelerin kalkınma çabaları sürecinde izleyecekleri yeni yol veya yeni yapılanmaları da etkilemektedir (Anıl, Malkoçlu ve Pehlivan, 2011, s.505-506).

Dengeli bir bölgesel gelişimde amaç, üretim ve hizmet yatırımlarının dağılımını en iyi yansıtan bir yerleşim sisteminin kurulması olup, bu tür mekânsal dağılım deseni, nüfus ve gelirin dengeli dağılımı kadar, kaynakların sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmek amacıyla dengeli kullanımına da en iyi zemini hazırlamaktadır. İhtiyaçlar ile kaynaklar arasında uzun süreli denge kurulması olarak nitelendirilen istikrarlı kalkınma, ulusal boyutun yanı sıra bölgesel düzeyde de önem kazanmaktadır. Bölgesel gelişme olgusu temelde kamu düzenleyiciliğinin esasına bağlı olmakla beraber başarının derecesinde ve gelişmenin sürekliliğinde, piyasa güçlerinin karar verme süreçleri de önemli rol oynamaktadır. Bölgesel gelişme kamu ve özel sektörün birlikteliği ve etkinliği ölçüsünde başarılı olmaktadır (Öztürk ve Uzun, 2010, s.107).

2.1. Turizmin Bölgesel Kalkınmadaki Rolü

Bölgesel politikaların amaçlarından birisi, bir ülkenin ekonomik ve sosyal birlikteliğini sağlamak için bölgeler arasındaki eşitsizlikleri azaltmaktır. Turizm ile bölgesel kalkınma politikalarının yakın ilişki içinde olduğu ise açıktır. Bunun en açık örneği, AB tarafından onaylanan yapısal fonların içinde turizmi kapsayanların sayısının artmasıdır. Bunun yanında OECD Bölgesel Kalkınma Servisi tarafından yapılan ekonomik çalışmalarda turizmi sık sık muhtemel bir kalkınma stratejisi olarak tanımlaması da turizmi bölgesel kalkınma ile ilişkisini açıkça ortaya koymaktadır (Yıldız, 2007, s.216).

1950'li yıllarda ekonomideki liberalleşme hareketi ile başlayan kalkınma çabaları ile beraber bölgesel kalkınma kavramı da önem kazanmıştır. Bölgesel kalkınma politikasında öne çıkan etkenler, sürekli olarak cari şartlara göre değişmiş ve ekonomide yaşanan krizler ve yeni olgularla beraber bölgesel gelişmenin dinamiklerinde değişimlere neden olmuştur (Eraydın, 2004, s.128).

Bölgesel dengesizliklerin azaltılmasında ve geri kalan yörelerin yaşam standartlarının belirli bir düzeye yükseltilmesini hedef alan bölgesel kalkınma çabaları, bütünüyle bölge insanının üretken, müteşebbis ve kısaca aktif hale getirilmesine bağlıdır. O sebeple halkı eğitim-öğretim ve diğer şekillerde bilgi sahibi yapmak, insanların bölgesel katma değeri yükseltecek projelere ve işlere yöneltmek temel öncelik olarak ortaya çıkmaktadır.

Kalkınma, bölgesel olarak gelişimi ve değişimi de içine alan bir toplumun siyasal, sanayi, ekonomik, kültürel vb. pek çok alanda her türlü gelişime ve değişime açık olmasıdır. Bölgelerarası gelişmişlik düzeyindeki farklılık ise en büyük sorunlardan birisidir. Küreselleşmenin sonuçlarından birisi olarak kalkınma kavramı sosyo-ekonomik açıdan farklılaşmıştır. Gelişim ve değişimin sağlanması amacıyla,

bölgesel politikalar ve bunların uygulanması aşamasında karşımıza bölgesel kalkınma ajansları çıkmaktadır.

Kalkınma ajanslarının ekonomik gelişmeye sağladığı en büyük katkı, bölgesel kalkınma politikalarının yerelde şekillendirilmesine ve bu yöndeki sorun ve taleplerin yerelden merkeze aktarılmasına aracılık etmesidir. Son dönem kalkınma politikalarında yerel aktörler kadar, o bölgedeki yabancı yatırım da çok önemsenmektedir. Bu noktada kalkınma ajansları, bölgenin uluslararası platformlarda tanıtımını yapmakta, bölgeye yönelen yabancı şirketlere de kendileri için en doğru sektör ve en doğru yeri bulmaları yönünde ve yerel prosedürler hakkında danışmanlık sağlamaktadır. Bu hizmetler doğru kullanıldığı takdirde yerli yabancı tüm şirketler için büyük avantajlar sunmaktadır (Ergüder, 2009).

Kalkınma ajansları, düzenledikleri ve katıldıkları seminer, fuar, çalıştay, vb. ulusal ve uluslararası organizasyonlarla hem kendi etkinliklerinden bahsetmekte, hem de dolayısıyla bölgelerinin tanıtımını yapmaktadırlar. Diğer taraftan destek, proje, organizasyon vb. etkinlikler için bölgelerine gelen uluslararası heyetleri ağırlayarak, bu heyetler aracılığıyla temsil ettikleri bölgenin tanınmasını sağlamaktadırlar. Ayrıca ajans yetkililerinin katıldıkları ve yer aldıkları görsel ve yazılı basın sayesinde, bölgenin tanıtımını yapmış olmaktadır. Bu bağlamda kalkınma ajanslarının belirli bir bölgenin tanıtımında önemli bir rolü olduğu söylenebilmektedir (Soytekin ve Koçer, 2015, s.206).

Turizmin, sürekli çalışan, monoton bir iş yaşantısı sürdüren insanların dinlenme ve enerji kazanarak işlerine tekrar dönmek için tatil yapma ihtiyacını gideren bir olgu olduğu kadar, dünya barışına katkısı ve iktisadi yönden gelir artırıcı, istihdam yaratıcı özellikleri de vardır (Tunçsiper vd., 2011, s.96).

Türkiye'deki bölgelerin gelişmişlik düzeyine baktığımız da Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgesi'nde yer alan iller, ilk sıralarda yer almaktadır. Çünkü yatırımların büyük bir kısmı bu bölgelerde yapılmaktadır. Geriye kalan bölgelere ise çeşitli yatırımların gerçekleştirilmesi bakımından sıkıntılar yaşanmasının yanı sıra var olan bölge işgücü de gelişmiş bölgelere doğru göç etmekte ve daha da olumsuz bir durum ortaya çıkmaktadır. Ancak sanayileşme imkânına sahip olmayan bölgelerin gelişmesi ve kalkınması da bu bölgelerin sahip olduğu turistik arz olanaklarının değerlendirilmesiyle mümkün olmaktadır (Yeşiltaş ve Öztürk, 2008, s.4).

Turizm geliştiği bölgelerde, ekonomik büyüme ve istihdam olanakları sağlayan en büyük kaynaklardan biridir. Sadece kendi ile ilgili olmamakla birlikte, finansal hizmetler, perakende sektörü ve telekomünikasyon gibi turizm ile dolaylı yoldan ilişkili diğer sektörler üzerinde de uyarılmış etkiler yoluyla iş gücü potansiyeli oluşturur (Akgüngör vd., s.2).

Ülkelerin doğal, tarihi, kültürel ve beşeri varlıklarını kullanmasını sağlayan turizm sektörü, endüstriyel faaliyetlerin gelişmediği bölgelerde büyük bir açığı kapatarak, bu bölgelerin gelişmesinde etkin bir role sahiptir. Turizm, doğrudan insanlarla gerçekleştirilen bir hizmet sunumu içerdiği bakımından emek-yoğun bir sektördür. Bu açıdan, geliştirilmesi işsizlik sorununa çözüm olabilmektedir. Turizmin geliştirilmesi, altyapı yatırımlarının da yapılmasını gerektirmektedir. Böylece, az gelişmiş bölgede altyapı sorununa da el atılmış olmaktadır. Yerli ve yabancı sermaye, turizm yatırımları için bölgeye çekilebilmektedir. Bu şekilde özellikle doğrudan yabancı sermaye yoluyla bölgeye döviz girdisi de sağlanmaktadır. Turizmden gelir elde eden insanlar, yaptıkları harcamalarla, hem bölgenin gelirlerini artırmakta hem de sektörün geriye bağlantılarıyla diğer sektörleri ve bölgeleri de hareketlendirebilmektedirler. Esasen, turizm özellikle tarım, inşaat, ulaşım gibi sektörlerle de bağlantılıdır ve ortalama 40 farklı alt sektörü besleyebilmektedir. Turizm faaliyetleri, bu şekilde bölgede ekonomik bir canlanma sağlarken, diğer bölgeler, hatta ülke bütünü üzerinde etkili olmaktadır. Sosyo-kültürel açıdan ise, her bölge ve ülkeden insanları bir araya getirerek, kültürler arası etkileşimi ve bölge insanının kendini geliştirmesini sağlamaktadır.

Bölgelerarası dengesizliği gidermek ve kalkınma hamlesini gerçekleştirmek birçok sektöre bağlıdır. Bu sektörlerin içinde turizm sektörü çok önemli bir yere sahiptir. Zaten diğer sektörlerin etkisi çok olmuş olsaydı bölge geri kalmazdı. Bu nedenle turizm sektörünü sektör özelliğinden dolayı bölgesel kalkınma için diğer sektörlerden ayrı tutmamız gerekmektedir (Çeken, 2008, s.297).

3. SİNOP VE TURİZM

Sinop Merkez, sahip olduğu kumsallar, yaylalar, tarihi eserler, mesire yerleri, piknik ve kamp alanları ve doğal güzellikler ile Bölge'nin en önde gelen ilçelerinden biridir. Kıyı turizmine uygun alanları; Aklıman, Hamsilos Koyu, İnceburun, Karakum, Sarıkum Gölü ve çevresi olarak sıralamak mümkündür. Aklıman-Hamsilos yöresi, Kültür Bakanlığı tarafından 1991 yılında 1.derecede Doğal Sit Alanı ilan edilmiştir(Kuzka, 2017).

Sinop'ta turizm alanları turistlerin ilgisini her mevsim çekebilecek düzeydedir. Yağmur miktarının diğer illere göre az oluşu, Karadeniz insanının tatil için Sinop'u tercih sebebidir. Ayrıca; Kastamonu, Çorum, Amasya, Samsun gibi çevre illerden turizm amaçlı gelen kişi sayısı oldukça fazladır. İlin 175 km uzunluktaki kumsallarının 70 km'lik bölümü, deniz turizmi için son derece uygundur. İlçe, Arkeoloji Müzesi, Etnografya Müzesi, Sinop Kalesi, Tarihi Cezaevi ve Tersanesi, Balatlar Kilisesi, Paşa Tabyaları, gibi yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çeken tarihi yerlerin yanında inanç turizmi açısından öneme sahip pek çok tarihi cami, medrese, kervansaraya sahiptir.

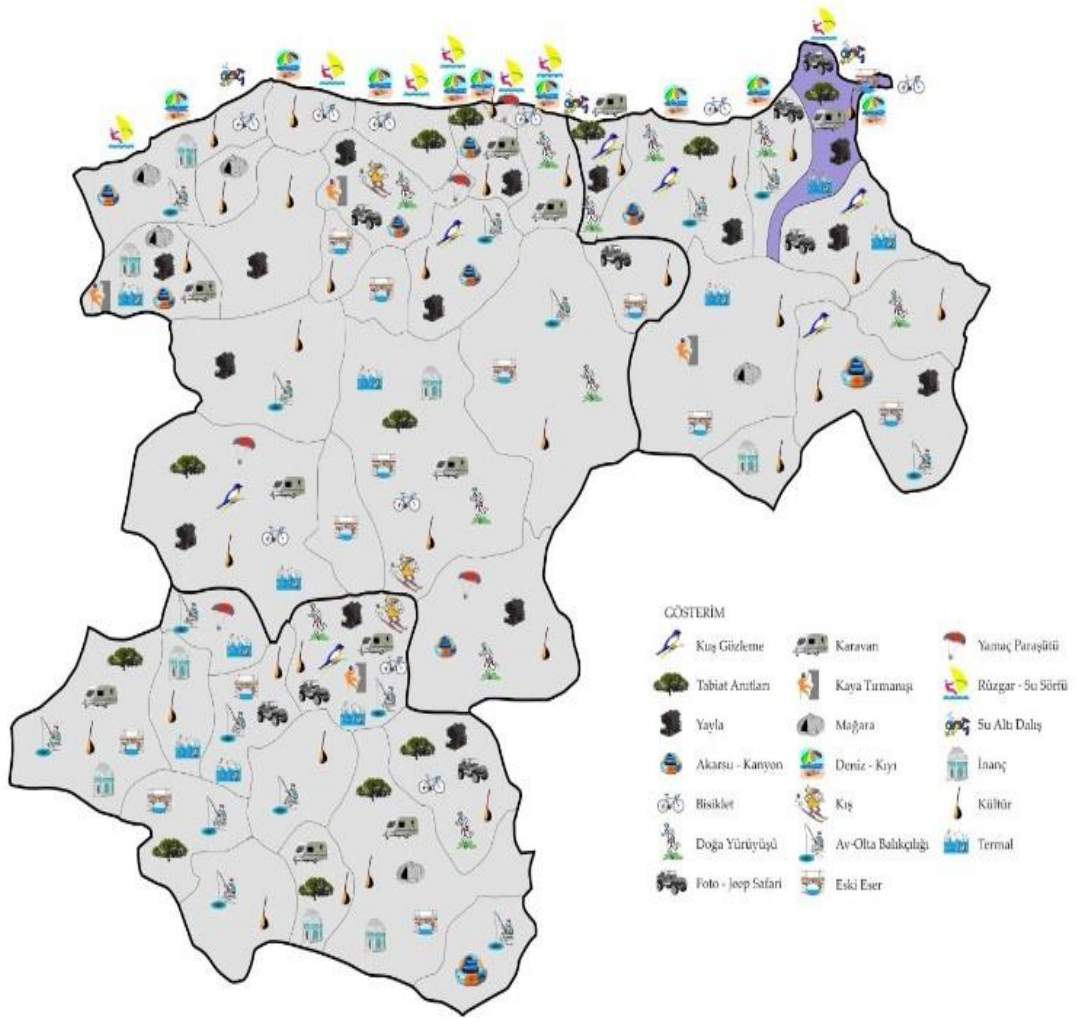
Özellikle Sinop Cezaevi pek çok ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Cezaevinin bulunduğu alan Osmanlılar döneminde Karadeniz'deki en büyük tersanedir ve 1887 yılından beri cezaevi olarak kullanılmaya başlanmıştır. Etrafı yüksek kale bedenleriyle çevrili olduğundan dolayı mahkûmların kaçışını imkânsız kılmıştır. Şu anda Cezaevi müze olarak ziyarete açıktır. İlçede son yıllarda konaklama imkânlarının iyileşmesi, pansiyonculuk kültürünün yaygınlaşması, eğlence yeri sayısının ve hizmet kalitesinin artırılmasıyla turizm sektöründe gelişme gösterdiği düşünülmektedir (Kuzka, 2017).

Günümüzde iletişim ve ulaşım teknolojilerinin getirdiği olanaklar, sermaye ve bilginin küresel ölçekte hareket etmesini kolaylaştırmaktadır. Kentler, ulusal sınırları aşan yatırımları kendi coğrafyalarına çekebilmek için birbiri ile rekabet etmektedir. Bunun sonucu olarak da, bazı bölgeler yüksek kalkınma düzeyi gösterirken, bazı bölgeler bu yarışta geri kalabilmektedir.

Turizm sektörü, bölgeler ve kentler arası kalkınma hızı dengesizliğini azaltmada ya da yok etmede kullanılabilir. Bu noktadan hareketle; bu çalışmanın amacı, kırsal ve aynı zamanda antik bir sahil bölgesi olan Sinop ilinin kalkınmasında turizm sektörünün rolünün geçmiş yıllardaki istatistiklere bakılarak durum analiziyle belirlemektir. Bu bağlamda çalışmanın bu bölümünde Sinop ilinin, alternatif turizm türleri kapsamında ayrıntılı olarak turizm potansiyeli; sahip olduğu turizm arzı; yıllar itibariyle yerli ve yabancı ziyaretçi sayıları ve özellikle Tarihi Cezaevi Müzesi'nin il turizmi için öneminin yüksek olması sebebiyle ayrıntılı müze istatistikleri üzerinde durulmaktadır. Devamında Sinop turizminin detaylı bir şekilde SWOT analizi yapılarak konuyla ilgili çeşitli öneriler getirilmektedir.

Aşağıdaki şekilde Sinop ilinin turizm varlığı gözlemlenmektedir. Şekilde, Sinop ilinin turizm çeşitliliği görülmekte olup ayrıca hangi bölgede hangi turizm çeşidinin yapılmakta olduğuna dair fikir elde etmek mümkündür. Yayla, kuş gözlemciliği, su altı dalış, rüzgâr sörfü, su sörfü, yamaç paraşütü, kültür, inanç, bisiklet, akarsu, kanyon, deniz-kıyı, mağara, doğa yürüyüşü, jip safari, tabiat alanları, kaya tırmanışı, karavan, av-olta balıkçılığı, çadır gibi öge ve aktiviteler, Sinop turizminin unsurlarını oluşturmaktadır. Şekilden de anlaşılacağı üzere, Sinop ilinde pek fazla turizm çeşidine rastlanmakla birlikte Sinop'un, turizmden hak ettiği geliri elde edememesinin bölgesel gelişmeyi de doğrudan etkilediği görülebilmektedir.

Şekil 1: Bölgede Turizm Varlığı



Kaynak: Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, 2017

3.1. Sinop İlinin Turizm Potansiyeli

Çalışmanın bu bölümünde Sinop ilinin, alternatif turizm türleri kapsamında ayrıntılı olarak turizm potansiyelinden bahsedilmektedir. Bu bağlamda izleyen kısımda, ilin sahip olduğu eko turizm; kamp ve karavan turizmi; inanç turizmi; deniz turizmi; yayla turizmi; gastronomi turizmi ve av turizmi potansiyeli ele alınarak detaylandırılmaktadır.

- **Eko Turizm:** Sürdürülebilir turizm hedefiyle doğaya dayalı turizm olarak ifade edilen eko turizm kapsamında yapılan faaliyetlerin, doğayı ve ekolojik dengeyi gözetmesi, kırsal nüfusa gelir sağlama gerekmektedir. Eko turizm, Bölgedeki çeşitli zenginliklerin ve kırsal nüfusun varlığıyla beraber özellikle önem verilmesi gereken bir turizm çeşididir. Eko turizm milli parklar, tabiat koruma alanları, dağlar, kanyonlar, mağara ve şelaleler gibi doğal kaynaklarla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda kültürel unsurlar ile yöresel ürünleri de içermektedir. Çok yüksek maliyetli yatırımlar da gerektirmeyen eko turizm, bölgedeki özellikle kırsal nüfusun artmasını ve korunmasını sağlayacağı için, bölge açısından uygunluk göstermektedir.

Bölgede eko turizm açısından görülmeye değer önemli bir yer de Türkiye'deki 33 Tabiatı Koruma Alanı'ndan bir tanesi olan Sinop'taki Sarıkum Tabiatı Koruma Alanıdır. Farklı ekosistemlerin bir arada bulunduğu 78,5 ha'lık alanın büyük bir bölümü aynı zamanda 1. Derece Doğal Sit Alanı olup; Bölge kuşların göç alanı üzerinde bulunduğundan yüze yakın kuş çeşidinin konaklama ve barınma alanıdır (Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, 2011). Var olan tabiat koruma alanı, turizm merkezleri, kültür ve turizm koruma ve geliştirme bölgesi içinde yer almayan eko turizme ve fotoğrafçılık, kuş gözlemciliği, doğa yürüyüşü, bisiklet, agroturizm gibi yan turizm türlerine de ev sahipliği yapabilecek, kalabalık şehirlerde yaşayan insanların aradığı huzuru aslını tahrip etmeden yerel kültürüyle birlikte sunabilecek pek çok alan bulunmaktadır.

- **Kamp ve Karavan Turizmi:** Kampçılık ve karavan turizmi, bahar ve yaz dönemlerinde turistler tarafından en çok tercih edilen aktiviteler arasında yer almaktadır. Kampçılık ve karavan, insanlara kendi kararlarını vererek istedikleri rotalarda doğanın tadını çıkartma fırsatı sunmaktadır.
- **İnanç Turizmi:** Bölgenin turizm potansiyelinin önemli bir kısmını temsil eden tarihi, Antik çağlara uzanan ve arka arkaya birçok medeniyete ev sahipliği yapmış kaleler, kaya mezarları, geleneksel mimari örneği konak ve evler, tarihi hanlar, hamamlar, camiler gibi tarihi eserler ile çok sayıdaki türbe, medrese ve külliye gibi inanç turizminin merkezinde bulunan yapılar yıl boyunca bölgeye turist çekmektedir (Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, 2011). Bu değerlerin tanıtımının yapılarak bölge turizmine katkısının artırılması gerekmektedir.
- **Deniz Turizmi:** Deniz ve kıyı turizminde ulusal ve uluslararası olarak oldukça rekabetçi olan Akdeniz ve Ege sahilleri ile kıyaslandığında coğrafi koşullar, yaz süresinin kısa olması gibi nedenlerden dolayı Kastamonu ve Sinop ilçeleri dezavantajlı konumdadır. Öte yandan daha sakin bir yaz tatili planlayan, özellikle yerli ve yakın yerleşim yerlerinde bulunan turistler için başka turizm türleriyle de birleştirme olanağı tanınması sahillerinin seçilebilir kılmaktadır. Küresel ısınmanın bir sonucu olarak ilerleyen yıllarda çok daha sıcak olacak güney sahilleri yerine kuzey sahilleri daha önemli bir konuma geçebilecektir. Var olan ve iyileştirilen havayolu bağlantısı, karayollarındaki düzenlemeler, Karadeniz sahil yolu deniz ve kıyı turizm talebine pozitif etki yapacaktır. Karadeniz'in neredeyse orta noktasında bulunan Sinop Limanı kruvaziyer turizmi açısından Bölgede önemli bir yer tutmaktadır. Tarihi ve turistik merkezlerin ziyaret edilmesinin yanı sıra kent merkezi ekonomisine de oldukça büyük miktarda getiri sağlamaktadır. Marina yatırımları ve tanıtım faaliyetleri ile deniz turizminin ekonomik faydasını artırmak mümkündür.
- **Yayla Turizmi:** Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yayla turizmi, diğer turizm türlerini destekleyici bir turizm türü olarak benimsenmiştir. Bu amaçla Bakanlıkça yayla turizm merkezleri oluşturulmuştur. Bu merkezlerin oluşturulmasında ilgili yerin doğal değerler bakımından potansiyelinin zengin olması, sivil mimari karakterinin olması, kent merkezlerine ulaşımın kolay sağlanması, yöre halkının sosyal karakterinin turizme yatkın olması, sunulan aktivitelerin ekonomik olarak sürdürülmesi ve belki de en önemlisi diğer turizm çeşitleri ile uyumunun sağlanabilir olması gibi kriterler rol oynamaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, b). Bu şekilde belirlenen yayla turizm merkezlerinden üç tanesi Sinop'ta bulunmaktadır. Bu çerçevede 1991 yılında Ayancık Akgöl, Kozfındık Bozarmut Yaylası, Türkeli Kurugöl turizm merkezleri olarak ilan edilmiştir. Özellikle kırsalda yaşayan insanların ekonomik gelirini arttırması ve diğer turizm türleriyle birleştirilebilir olması sebebiyle yayla turizmi uygulamaları Bölge için önem taşımaktadır. Bu kapsamda yayla turizmi potansiyeli olan noktalarda konaklamaya uygun fiziki eklentiler yerel ve doğal doku desteklenerek, korunarak yapılmalıdır; var olanlar yenilenmelidir. Yürüyüş ve bisiklet yolları gibi doğaya uygun çeşitlilik sağlayıcı eklemeler yapılmalıdır.
- **Gastronomi Turizmi:** Gastronomi turizmi, farklı yemek kültürlerinin ve alışkanlıklarının tecrübe edilmesine dayalıdır. Gastronomi turizmi de diğer turizm türlerine uyum sağlama avantajıyla turizm sektöründen elde edilen gelirin artırılması noktasında oldukça önemli bir yere sahiptir. Bölge yöresel mutfağı, Türk mutfağı içinde önemli bir konuma sahip olacak

çeşitlilik ve nitelikte ürün alternatifine sahiptir. Turizm noktalarının pazarlanmasında bütünün önemli bir parçası olan gastronomi turizminin elde edilen geliri ve kalış süresini artırıcı etkileri vardır. Ayrıca gastronomi turizmi yerel insanları sahip oldukları kültürün korunması ve genç kuşaklara aktarımı konusunda teşvik de etmektedir. Bölgenin tarihte birçok medeniyete ev sahipliği yapması, çeşitli yüzey şekillerine paralel olarak oluşan bitki örtüsü, iklim, ürün çeşitliliği sayesinde sahip olduğu yöresel mutfağı oldukça dikkat çekmektedir.

Nokul (üzümlü cevizli, kıymalı, yoğurtlu), pilaki, mısır pastası, kaşık çıkartması (mamalika), keşkek, içi etli hamur (kulak hamuru), ıslama, mısır çorbası, mısır tarhanası, sirkeli pırasa, içli tava, katlama, kabak millesi ve hamursuz tatlısı Sinop'un yöresel yemeklerinden örneklerdir (Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü).

Gastronomi turizm potansiyelinin diğer turizm türleriyle bütünlük olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Özellikle ana turizm rotalarında gastronomi turizmi ön plana çıkarılarak, turizmin çeşitlendirilmesi gerekmektedir.

- **Av Turizmi:** Çeşitlendirilmiş turizm faaliyetlerinden biri olan av turizmi, Bölgenin coğrafi karakteri, av hayvanı varlığı ile birlikte yaratılan ekonomik geliri, sınırlandırmalarına ve kurallarına bağlı olmak üzere oldukça yükseltecek bir turizm türüdür. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre av organizasyonlarına izin verilebilecek iller arasında Kastamonu, Çankırı ve Sinop illeri de bulunmaktadır. Bölgedeki mevcut avlakların tanıtılması ve potansiyel gösteren alanların avlağa dönüştürülmesi gerekmektedir. Koruma alanları türlerinden biri olan Yaban Hayatını Geliştirme Sahaları (YHGS) olarak Sinop Bozburun YHGS belirlenmiştir. Bunların haricinde orman işletme şeflikleri ve devlet avlağı sahalarında da belirlenen şekilde av turizmi yapılmaktadır. Bölgede genel olarak karaca, kızıl geyik ve yaban domuzu avcılığı yapılabilmektedir. Avlanma izin ücretleri yabancı ve yerli turiste göre değişkenlik göstermektedir. Kotalar sezonuna göre yerli ve yabancı turist ayırımında belirlenmiştir. Av turizmine uygun alanların tanıtımının yapılması, doğal denge göz önünde bulundurularak kotalar ve sahalar üzerine çalışma yapılmalıdır.

3.2. Sinop İlinin Turizm İstatistikleri

Bu başlık dâhilinde Sinop'taki, yıllar itibariyle yerli ve yabancı ziyaretçi sayıları; seyahat acentaları ve konaklama tesislerine yönelik istatistikler ve müzelerin ziyaretçi sayıları üzerinde durulmaktadır. Sunulan bu istatistik verileri birlikte Sinop turizmine yönelik bir çıkarım yapmanın mümkün olacağı düşünülmektedir.

- **Yerli Yabancı Ziyaretçi Sayısı:** Sinop iline gelen ziyaretçi sayıları tabloya göre 2007 yılında gelen 382.900 kişi iken 2015 yılında 911.600 kişiye yükselmiştir. Bu yükselişin % 78'inden fazlasını yerli turistler oluşturuyor iken geriye kalan yaklaşık % 22'lik kısmını ise yabancı turistler oluşturmaktadır. Buradan çıkan sonuca göre, son yıllarda değişen turizm talebi ile birlikte Sinop'a gelen yerli turistte artış yaşandığı gibi yabancı turist sayısında da artış yaşanmıştır.

Tablo 1: 2007- 2016 Yılları Arasında Sinop İli Ziyaretçi Sayısı*

YILLAR	YERLİ	YABANCI	TOPLAM
2007	375.600	7.300	382.900
2008	536.150	53.200	589.350
2009	562.958	40.379	603.697
2010	592.597	19.171	611.768
2011	745.869	25.845	771.714
2012	790.151	30.011	820.162
2013	842.214	28.487	870.701
2014	856.278	53.742	910.020
2015	895.282	16.318	911.600
2016**	411.247	5.190	416.437

Kaynak: Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.

(*): Buradaki sayılar; otel konaklamaları, ev pansiyonculuğu, günübirlik ziyaretçiler, müze ziyaretleri, kruvaziyer gemileri ile gelen ziyaretçiler, karavan ve çadırlarda konaklayan ziyaretçiler, misafirler ve 12 yaşından küçük çocukların sayıları dâhil edilerek belirlenmiştir.

(**): 2016 yılının ilk altı ayına ait verilerdir.

- **Konaklama Tesisleri:** Sinop ili 2017 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan turizm işletme belgesi olan toplam 10 adet konaklama işletmesi bulunmaktadır. Turizm işletme belgesi olan bu işletmelerin toplam oda sayıları 315, yatak sayıları ise 676'dır (Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017). Belediye belgeli tesislerin sayısı 56 olup oda sayıları 839 ve yatak kapasiteleri ise 1945'dir. Belediye belgeli tesislerin durumu incelendiğinde 56 adet tesis var olup 839 oda ve 1945 yatak kapasitesi ile Sinop turizmine hizmet etmektedir. Kamu misafirhanelerine bakıldığında ise, 14 tesis, 167 oda ve 617 yatak kapasitesine sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2: 2016 Yılına Ait Sinop İlindeki Konaklama Tesis ve Yatak Sayıları

TESİS TÜRÜ	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK SAYISI
Turizm İşletme Belgeli	10	315	676
Belediye Belgeli	56	839	1945
Kamu Misafirhaneleri	14	167	617
Toplam	80	1321	3238

Kaynak: Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.

- **Seyahat Acentaları:** 2017 yılı verilerine göre Sinop ilinde bulunan seyahat acentaları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir. Sinop ilinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre beş adet A grubu seyahat acentesi bulunmaktadır.

Tablo 3: Sinop İlindeki Seyahat Acentaları

Sinope Tours
Fiyord Tour
Np Grup Turizm
Efnan Turizm
Tekşen Turizm

Kaynak: Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.

- **Müze Ziyaretçi Sayıları:** Yıllara göre müzelerin ziyaretçi sayıları aşağıdaki tabloda verilmiştir. 2010 yılından 2014 yılına kadar gözlemlenen ziyaretçi artışı 2014 itibariyle düşüş göstermeye başlamıştır.

Tablo 4: Yıllara Göre Sinop Müzelerinin Toplam Ziyaretçi Sayıları

YIL	ARKEOLOJİ MÜZESİ	ETNOGRAFYA MÜZESİ	TARİHİ CEZAEVİ	TOPLAM
2010	16437	7639	66461	90537
2011	19569	13448	135956	168973
2012	27962	16111	169584	213657
2013	33280	18985	273959	326224
2014	15876	14883	158441	189200
2015	6185	8915	174279	189394
2016*	10519	6699	169609	186827

Kaynak: Sinop İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2017.

(*): 2016 yılı Ekim ayı sonu itibariyle elde edilen verilerdir.

3.3. Swot Analizi: Sinop Turizminin Güçlü ve Zayıf Yönleri, Fırsatlar ve Tehditler

İl turizminin geliştirilmesi, hem sektör içi faktörlerden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönlerin analizini, hem de dış çevresel durumların oluşturduğu tehdit ve fırsatların analizini gerektirmektedir (Yosmaoğlu ve Engin, 2002, s.22). Tablo 5'te Sinop ilinin güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya kaldığı tehdit ve fırsatlar gösterilmektedir.

Tablo 5: Sinop Turizmi Güçlü ve Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler

GÜÇLÜ YÖNLER	ZAYIF YÖNLER
<ul style="list-style-type: none">- Zengin tarih, kültür ve tabiat varlıkları,- İklim, doğal kaynaklar ve bozulmamış çevre,- Turizme yönlendirilebilecek işgücünün varlığı,- Hamsilos ve Erfelek tabiat parkının ülkemizde de tanınırlığının olması,- Çok fazla endemik bitkiye sahip olması,- Av turizmi deneyimi,- Çok çeşitli yaban hayvanlarını barındırması,- Tatlıca şelalesinin yüksek turizm potansiyeli ve ziyaretçi sayısının olması,- Türkeli ilçesinin kanyon bakımından zengin olması özellikle de Çatak bölgesinde çok sayıda dev ebatlarda kanyon ve 100 adedin üzerinde şelalelerin ve mağaraların bir arada bulunması,- Tatlıca şelalelerinin ülke genelinde tanınırlığının yüksek olması,- Çok sayıda yaylanın bulunması,- Sinop'un kıyı uzunluğunun 175 km gibi oldukça uzun olması,- Ormanspor yürüyüş grubunun düzenli olarak halka açık doğa yürüyüşleri yapmakta olması.	<ul style="list-style-type: none">- Yeterli tanıtım ve pazarlamanın yapılamaması,- Turizm bilincinin yeterince gelişmemiş olması,- Yerel yönetimlerin ilgisizliği,- Altyapı ve hizmet kalitesinin ihtiyaçlara cevap vermemesi,- Kurumlar arası iletişim ve koordinasyon eksikliği,- Devlet yardım ve desteklerinin yetersizliği,- Eğlence ve alışveriş noktalarını yetersizliği,- Finansman sorunları,- Tesislerin doluluk oranlarının düşük olması,- Hava yolu taşımacılığı kapasitesinin, mevcut potansiyeli karşılayamaması,- Av turistlerinin avlalara yakın yerlerde konaklama imkânlarının yetersiz oluşu,- Kanyonların tehlikeli can güvenliği riski oluşturması,- Kanyon, dağ ve mağara kurtarma timi olmaması,- Yaylacılık yapanların turizm altyapısı ve turizm fikri olmaması,- Tabela ve işaretlemelerin henüz tamamlanamamış olması.
FIRSATLAR	TEHDİTLER
<ul style="list-style-type: none">- Alternatif turizm türleri için potansiyelin yüksekliği,- Doğa, tarih ve kültür turizmine olan ilginin artması,- Zengin orman kaynaklarının varlığı,- Büyüyen dünya turizmi, Türkiye'nin AB adaylığı ve stratejik öneminin artması,- Coğrafi bilgi sistemlerinin gelişmesi,- Yaylalarda konaklama için basit kampçılık imkânlarının mevcudiyeti.	<ul style="list-style-type: none">- Kentin turistik imajının zayıflığı,- Siyasal ve ekonomik istikrarsızlıklar,- İmar ve yapı denetiminin zayıflığı,- Yaylacılığın bazı yaylalarda tamamen ortadan kalkması, yaylacılık kültürünün yok olma riskinin varlığı,- Bisiklet yollarında köpeklerin saldırıları.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bölgesel kalkınmada itici bir güç olan ve bölgeler arasındaki kalkınmışlık düzeyi farklılıklarını en aza indirgeyen sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir. Bir bölgenin kalkınmasında turizmin rolü incelenirken o bölgenin sosyal yaşantısı içerisinde yer alan yerel halkın turizmden sağladığı faydaların bilinmesi ve bu doğrultuda turizm politikalarının oluşturulmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Turizm geliştiğinde, Sinop'ta altyapı ve üstyapı olanaklarının gelişeceğine, yöreye daha fazla turist geleceği için de sosyal ve kültürel anlamda bir bölgesel kalkınma oluşacağı düşünülmektedir. Ayrıca, ulaşım, konaklama olanaklarının artırılmasıyla birlikte turizmden daha fazla pay alınabileceği düşünülmektedir.

Zamanla değişen ve gelişen turizm aktiviteleri kitle turizminden doğa ve kültür turizmine doğru bir kaymaya sebep olmuştur. Turizm talebindeki bu değişimle birlikte, alternatif turizm bölgelerine arayış da hızlanmıştır. Doğa ve kültür turizmi ağırlıklı olan yeni destinasyon arayışları Sinop'u avantajlı bir konuma getirmiştir. Sinop ili doğası, kültürel unsurları ile önemli zenginliklere sahiptir. Bölgesel turizmin geliştirilmesi adına, bölgesel turizm politikasına ve bölgesel stratejilerin hayata geçirilmesi gerekmektedir. Turizm istatistikleri incelendiğinde bölgedeki turizm hareketlerinin istikrarsız bir seyir izlediği görülmektedir. Belli yıllardaki artışlar farklı sebeplerden dolayı dalgalanmalar gösterirken ciddi düşüşlerin olması, izlenen politikalardaki hatalar hakkında bilgiler vermektedir. Ancak, son dört yıldaki turizm talebinde gözlemlenen artışın turizm sektörüne verilen önemin arttığını göstermektedir.

Çalışmada Sinop turizminin SWOT analizi yapılarak, var olan potansiyellerin daha verimli olarak nasıl değerlendirilebileceği tespit edilmeye çalışılmıştır. Sinop turizminin güçlü yanlarına karşılık bazı zayıf yönleri, fırsatlarına karşılıkta bazı tehdit unsurları bulunmaktadır. Bu incelemeler sonucunda Sinop turizminin zengin tarihi, kültürü ve tabiat varlıkları, iklimi ve bozulmamış çevresi ile hem en güçlü yönleri hem de avantajları olarak ön plana çıkmaktadır.

Sinop turizminin en zayıf yönü, tanıtım ve pazarlama eksikliğidir. Bunun yanı sıra bölgede turizm bilincinin gelişmemiş olması, yerel yönetimlerin ilgisizliği ve bununla bağlantılı olarak da altyapı ve hizmet kalitesinin yetersizliği bir an önce giderilmesi gereken zayıf yönlerdir. Ayrıca Sinop'un turistik bir imajının olmaması, Sinop için en büyük tehdit unsurudur. Sinop turizminin tüm bu zayıf yönlerine rağmen bazı fırsatları da bulunmaktadır. Bölgenin en büyük fırsatı, alternatif turizm için potansiyelinin yüksek olmasıdır. Ayrıca son zamanlarda doğa, tarih ve kültür turizmine olan ilginin artması da Sinop'un sahip olduğu bu fırsatı kullanması için büyük bir avantajdır. Bu da Sinop bölgesinde iç turizmin de önemli bir yeri olduğunun göstergesidir. Sonuç olarak Sinop ili, özellikle doğa, kültür ve kıyı turizmi noktasında ayrıcalıklı bir yere sahiptir. Fakat bölgede turizm olgusunun tam olarak yerleşmemiş olması ve özel sektör ile yerel yönetimler arasındaki koordinasyon eksikliği sonucu bölge turizmine yeterli ilginin gösterilmemesinden dolayı potansiyeller yeteri kadar tanıtılamamış ve pazarlanamamıştır.

Sinop ilinde bölgesel kalkınmanın turizmle sağlanması açısından,

- Sinop ilinin turistik ürün ve hizmetlerinden bir imge oluşturarak, Sinop'un turizm imajı belirlenmelidir.
- Sinop iline gerçekleştirilen havayolu taşımacılığındaki seferlerin arttırılmasının sağlanmalıdır.
- Sinop'a gelen günübirlikçi ziyaretçilerin, sörf, yelkenli, gastronomi gibi faktörlerle konaklama yapmasını sağlanmalıdır.
- Sinop kalesinin çevresi, tarihi dokusu korunarak bir peyzaj düzenlemesi yapılmalıdır.
- Turistik konaklama alanlarının yanı sıra kaliteli eğlence alanlarının-mekânlarının Sinop'a kazandırılması gerekmektedir.
- Sinop'a kendi araçlarıyla ya da tur otobüsleriyle gelen ziyaretçiler ya da tur otobüslerinin kullanabileceği çağdaş otopark ihtiyacı vardır.
- Sinop'a yatırımcıyı çekmek için gerekli, özendirici teşviklerin sağlanması gerekmektedir.
- Kanyonların, dağların, mağaraların bir turizm ögesi olarak kullanılmasına yönelik çalışmalar gündeme gelmelidir.
- Bisiklet rotalarının oluşturularak, bu rotalardaki yolların güvenliğini sağlanmalıdır.
- Kruvaziyer gemilerinin ve yatların, Sinop limanını kullanmalarına yönelik çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akgüngör, S., Kuştepelı, Y. ve Gülcan, Y. (2009). Tourism and regional development in the Aegean region of Turkey. *European Region Studies*, 17(10), 1509–1523.
- Akpınar, R. (2012). Türkiye'de değişen bölgesel kalkınma politikaları. *Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6, 29-46.

- Anıl, N. K., Malkoçlu, K. Ve Pehlivan, Ö. S. (2011). Türkiye’de Kalkınma Ajansları: Trakya Kalkınma Ajansı Örneği, Uluslararası II. Trakya Bölgesi Kalkınma - Girişimcilik Sempozyumu Bildiri Kitabı I, Editör: Yrd. Doç. Dr. Öztel M. & Burgazoğlu, H., 1-2 Ekim 2010 İğneada Kırklareli, Kırklareli Üniversitesi.
- Çalı, H. H. (2011). Türkiye’de kalkınma ajanslarında denetim sorunsalı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(2), 419-442.
- Çeken, H. (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir inceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10, 293-306.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6, 1-18.
- Eraydın, A., (2004). Bölgesel Kalkınma Kavramı, Kuram ve Politikalarında Yaşanan Değişimler, *Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu*, 10-12 Eylül, DPT Yayını, Ankara.
- Ergüder, C. (2009). Kalkınma Ajansları Bölgesel Gelişmeyi Hızlandıracak Kobi Finans Dergisi, <http://www.kolayiletisim.com.tr/index.php/zoo/catalog/item/erguedar-can/ergueder-can-zmir-kalknma-ajans-genel-sekreteri-> Erişim Tarihi: 25.07.2017.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (1998). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Turhan Kitapevi.
- Kıratoğlu, E. (2015). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Bölgesel Kalkınma Politikaları Ve Kalkınma Ajanslarının Önemi: Karacadağ Kalkınma Ajansı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Harran Üniversitesi, Şanlıurfa.
- Öztürk, N., Uzun, A. M. (2010). Bölgesel Kalkınma Dinamikleri: Bölgesel Dengesizliklerin Ortaya Çıkmasında Rol Oynayan İktisadi Etmenler, *Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi*, 11(2), 91-110.
- Soytekin, T. ve Koçer, S. (2015). Türkiye’deki Bölgesel Kalkınma Ajansları’nın Bölge Tanıtımındaki Rolü: Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (Marka) Üzerine Bir Araştırma, *E-journal of Intermedia*, 2(1), 195-221.
- Taşcı, K., Akpınar, R. ve Özsan, M.E. (2011). *Teoride ve Uygulamada Bölgesel Kalkınma Politikaları*. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Tunçsiper B., Temeloğlu E. ve Altunöz Ö. (2011). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolünün Yerel Halkın Görüşleri Çerçevesinde Belirlenmesi: Ayvacık (Asos) Örneği, *Gazi Üniversitesi Ticaret Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 93-114.
- Yavilioğlu, C. (2002). Kalkınmanın Anlambilimsel Tarihi ve Kavramsal Kökenleri, *C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3(1), 59-77.
- 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.
- Yıldız, Z. (2007). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkıları ve Göller Bölgesi Uygulaması, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Yosmaoğlu, N. ve Engin, F. (2002), *Düzce İl Gelişim Planı*, Düzce.
- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı: www.kuzka.gov.tr_18_LR1E55OL_sinop_merkez_ilce_analizi.pdf, Erişim Tarihi: 10.08.2017.
- Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı: https://www.kuzka.gov.tr/dosya/2011_yillik_faaliyet_raporu.pdf, Erişim Tarihi: 10.08.2017.
- Sinop İl Kültür Turizm Müdürlüğü (a): <http://www.sinopkulturturizm.gov.tr/Eklenti/40633,kamu-misafirhaneleri.pdf?0>, Erişim Tarihi: 10.08.2017.
- Sinop İl Kültür Turizm Müdürlüğü (b): <http://www.sinopkulturturizm.gov.tr/Eklenti/48142,kultur-ve-turizm-bakanligi-belgeli-tesisler-agustos-201-.pdf?0>, Erişim Tarihi: 10.08.2017.
- Sinop İl Kültür Turizm Müdürlüğü (c): <http://www.sinopkulturturizm.gov.tr/Eklenti/53008,mahalli-idarelerce-belgelendirilen-konaklama-tesislerip-.pdf?0>, Erişim Tarihi: 10.08.2017.

GENÇLERİN EKOTURİZM AKTİVİTELERİNE YÖNELİK TUTUMLARININ BELİRLENMESİ: DÜZCE ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Pınar GÜLTEKİN
Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü
pinargultekin@duzce.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Yaşar Selman GÜLTEKİN
Düzce Üniversitesi Orman Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü
selmangultekin@duzce.edu.tr

Özet

Ekoturizm faaliyetlerine katılan ekoturist profili incelendiğinde genellikle; eğitim seviyesi yüksek, doğa bilincine sahip, çevreye karşı sorumluluk duyan ve daha küçük ekolojik ayak izi bırakmaya çalışan kişiler oldukları görülmektedir. Ekoturizm faaliyetlerine ilgi ve farkındalığın artırılması ve ekoturizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması konularında ekoturizm aktivitelerine katılım gösterme potansiyeli bulunan yüksek öğrenim gören gençlerin ekoturizm aktivitelerine karşı tutumlarının belirlenmesi ve doğa bilinci düzeylerinin irdelenmesi oldukça önem taşımaktadır. Bu amaçla, Düzce Üniversitesinde 2016-2017 eğitim-öğretim yılında ön lisans ve lisans düzeyinde öğrenim gören 281 öğrenciye anket uygulanmış, öğrencilerin ekoturizme bakış açıları, ekoturizm aktivitelerine katılım düzeyleri ve destinasyon türü tercihleri değerlendirilmiştir.

Rekreasyon kaynakları açısından çok zengin bir alan olan ve ekoturizm faaliyetleri çeşitliliği bulunan Düzce ve çevresi için, gençlerin hangi alanları ve hangi aktiviteleri tercih ettikleri saptanmış, farklı destinasyon tipleri için kullanıcı profilleri belirlenmiş ve gençlerin ekoturist olma potansiyelleri belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda ekoturizm faaliyetlerine katılarak sosyal ve ekonomik hareketliliğe fayda sağlayacak gençlere yönelik ekoturizm aktivitelerinin çeşitlendirilmesi, doğa bilinci düzeylerinin artırılması ve ekoturizm kaynak değerlerinin korunarak kullanılmasına ilişkin öneriler getirilmiştir. Bu çalışma ile ülkemizde ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde ekoturizm farkındalığına katkı sağlanması hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Düzce, Ekoturizm, Ekoturist, Gençler, Rekreasyon.

DETERMINING YOUNG PEOPLE ATTITUDES TOWARDS ECOTOURISM ACTIVITIES: EXAMPLE OF DÜZCE UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

When the ecotourist profile participating in ecotourism activities is examined, it is seen that they have a high level of education, awareness of nature, responsibility towards the environment and trying to leave a smaller ecological footprint. Determination of attitudes of ecotourism activities of young people who have the potential of participating in ecotourism activities in terms of raising interest and awareness of ecotourism activities and ensuring sustainability of ecotourism and their explanations of nature awareness levels are very important. For this purpose, 281 student questionnaires at pre-license and undergraduate level in Düzce University were applied in the 2016-2017 academic year, and students' ecotourism viewpoints, participation levels in ecotourism activities and destination type preferences were evaluated.

Düzce which is a very rich area in terms of recreation resources and diversity of ecotourism activities, it has been determined which areas and which activities are preferred by young people, tourist profiles are determined for different destination types and potentials of young people as ecotourists have been determined. Proposals have been made to diversify ecotourism activities for young people who will benefit from social and economic mobility by increasing their awareness levels and preserving their ecotourism resource values by participating in ecotourism activities in line with the results obtained. With this study, it is aimed to contribute to ecotourism awareness at national, regional and local level in Turkey.

Key words: Düzce, Ecotourism, Ecotourist, Recreation, Young People.

GİRİŞ

Ekoturizm; yerli halka saygılı bir anlayışla, ekosistemin korunmasına katkıda bulunan sorumlu bir seyahat türüdür (Butler ve Boyd, 1996; Gültekin, 2014; Kaygusuz, 2014). Beeton (1998)'e göre ekoturizm; çevresel ve kültürel değerlere koruyucu ve duyarlı bir anlayışla yaklaşmaktadır. Küresel ölçekte yaşanan hızlı, ekonomik, siyasal, teknolojik gelişmelere paralel olarak, turizm sektörü tüketicilerinin tercihleri değişmeye başlamış, kitlesel turizm hareketlerine katılım azalırken, doğa ile iç içe, abartılı olmayan tesislerde tatillerini geçirmeye yönelmektedirler (Bakırcı, 2002; Kaygusuz, 2014). Ekoturizm faaliyetlerine katılan ekoturistler diğer turizm türlerine katılan turistlerden daha farklı bir profile sahiptirler.

Ekoturistler, ekoturizmin özelliklerinin gerektirdiği şekilde seyahat eden, eğitim düzeyi yüksek, çevre bilincine sahip, risk almayı seven ve birazda maceraperest yönü ağır basan kişilerdir (Bozok, 2004). Orhan (2008)'göre ekoturist, ziyaret ettikleri bölgenin kültürünü, geleneklerini ve doğal özelliklerini öğrenmek ve deneyim kazanmak amacıyla yedi gün veya daha fazla bulunmak üzere seyahat yapan kişilere denir (Çakır 2011).Sara ve Friedric, (2006), tarafından belirtildiği üzere; ekoturistler çevreye çok daha fazla duyarlı, doğal kaynakların zarar görmesine daha az neden olan turist tipidir. Ayrıca, bu turistler çevresel sorumluluk taşıyan, çevreyi korumaya özen gösteren tüketiciler olarak çevreye daha küçük bir "ekolojik ayak izi" bırakmaya çalışan kişilerdir (Akay ve Zengin 2012). Ekoturistler, gezilerini planlarken genellikle gezecekleri yöre ile ilgili önceden geniş kapsamlı araştırma yaparlar. Eğitim düzeyleri diğer turizm türlerinde yer alan turistlerden yüksek olduğu için bilginin doğruluğunu yargılayabilirler (Kılıç 2006).

Türkiye için ekoturizm faaliyetlerine katılan ekoturistler değerlendirildiğinde, İstanbul ve Ankara gibi büyükşehirlerde yaşayan 30 yaş üzerinde, gelir düzeyi yüksek ve çocuk sahibi olmayan kişilerin, eğitim seviyesi yüksek gençlerin ve gelir düzeyi yüksek, gastronomiye ve farklı kültürlere ilgi duyan orta yaş üzeri insanların olduğu gözlemlenmektedir. Ekoturizm faaliyetleri rafting, ata binme, paintball, oryantring, kamp ve çadır konaklamaları, yamaç paraşütü vb. aktif faaliyetlere katılımlar ile birarada değerlendirildiğinden, ekoturizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından gençlerin ekoturizme yönelimi ve ekoturizme ilişkin tutumlarının değerlendirilmesi önemli bir konudur.

Çalışma kapsamında, Düzce Üniversitesinde 2016-2017 eğitim-öğretim yılında ön lisans ve lisans düzeyinde öğrenim gören 281 öğrenciye anket uygulanmış, öğrencilerin ekoturizme bakış açıları, ekoturizm aktivitelerine katılım düzeyleri ve destinasyon türü tercihleri değerlendirilmiştir. Rekreatyon kaynakları açısından çok zengin bir alan olan ve ekoturizm faaliyetleri çeşitliliği bulunan Düzce ve çevresi için, gençlerin hangi alanları ve hangi aktiviteleri tercih ettikleri saptanmış, farklı destinasyon tipleri için kullanıcı profilleri belirlenmiş ve gençlerin ekoturist olma potansiyelleri belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda ekoturizm faaliyetlerine katılarak sosyal ve ekonomik hareketliliğe fayda sağlayacak gençlere yönelik ekoturizm aktivitelerinin çeşitlendirilmesi, doğa bilinci düzeylerinin artırılması ve ekoturizm kaynak değerlerinin korunarak kullanılmasına ilişkin öneriler getirilmiştir. Bu çalışma ile ülkemizde ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde ekoturizm farkındalığına katkı sağlanması hedeflenmektedir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırma, 2016-2017 eğitim öğretim yılında Düzce Üniversitesi'nin çeşitli fakültelerinde eğitim gören 281 öğrenci (79 kız, 202 erkek) ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın Düzce Üniversitesinde gerçekleştirilmesinin nedenleri; Düzce'nin doğal ve kültürel turizm kaynakları açısından zengin bir alan olması; yüzey suları, yaylalar, piknik ve mesire alanları, kamp alanları vb. destinasyonları barındırması, uygun fiyat ve erişim imkânlarının bulunması ve araştırmacıların Düzce Üniversitesinde görev yapmalarının anket uygulamalarının yapılmasında zaman ve maliyet açısından tasarruf sağlaması olarak sıralanabilir.

Anket uygulanan öğrenciler üniversite yerleşkesinde ve yurtlarında kolayda örnekleme ile seçilmiş, anketi cevaplamayı kabul edenlere uygulanmıştır. Çalışmada 327 anket uygulanmasına karşın 46 adet anket, soruların yarısından fazlası cevaplanmadığından dolayı geçersiz kabul edilmiştir. Anketlerde gençlerin ekoturizm aktivitelerine yönelik algı ve tutumlarının belirlenmesi, ekoturizm aktivitelerine

katılan gençlere ilişkin profilin ortaya konulması, gençlerin tercih ettikleri destinasyon türü ve aktivite çeşitlerine ilişkin bilgiler elde edilmesi amaçları ile öncelikle gençlerin cinsiyetleri, okudukları fakülte, kaçınıcı sınıfta oldukları, Düzce’de kaldıkları yer ve doğup büyüdüğü alanın kent merkezi-kır olmasına bağlı olarak demografik özelliklerine yönelik sorular sorulmuştur. Ardından tercih ettikleri doğa aktivitelerinin neler olduğu, bu aktivitelere katılma sıklıkları, Düzce’de ziyaret ettikleri alanlar, tercih ettikleri destinasyon türü (dağ-orman-deniz vb.), Düzce üniversitesi topluluklarının ekoturizm aktivitelerine ilişkin organizasyonlarının yeterli olup olmadığı ve ekoturizm kavramının çağrıştırdığı ifadelerin neler olduğu sorulmuştur.

Anketlere verilen yanıtlar, IBM SPSS Statistics 20 yazılımı ile analiz edilmiş, ortalama ve sıklıkdeğerleri belirtilmiş, tek yönlü varyans analizi ve t testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar doğrultusunda ekoturizm faaliyetlerine katılarak sosyal ve ekonomik hareketliliğe fayda sağlayacak gençlere yönelik ekoturizm aktivitelerinin çeşitlendirilmesi, doğa bilinci düzeylerinin artırılması ve ekoturizm kaynak değerlerinin korunarak kullanılmasına ilişkin öneriler getirilmiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Ankete katılan öğrencilerin sosyo-demografik özelliklerine ilişkin veriler Tablo 1’de verilmiştir. Tabloya göre ankete katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun (%72) Kadın, kalan kısmının da (%28) erkek olduğu görülmektedir. Fakülte dağılımlarına bakıldığında ise; %29 ile Orman Fakültesi, %19 ile Sağlık Bilimleri Fakültesi, %16 ile Mühendislik Fakültesi, %12 ile İşletme, %8 ile Tıp, %6 ile Fen Edebiyat, %5 ile Eğitim ve son olarak %5 ile diğer fakülteler olduğu anlaşılmaktadır. Ankete katılan öğrencilerin ağırlıklı olarak orman fakültesinden olmasının nedeni doğa bilimlerine ve ekoturizme ilişkin derslerin ağırlıklı olarak bu fakültede verilmesinden kaynaklandığı söylenebilir. Ankete katılan öğrencilerin sınıf dağılımlarına bakıldığında yaklaşık olarak her sınıftan birbirine yakın oranlarda katılımcının yer aldığı görülmektedir. Ankete katılan öğrencilerin ikamet ettikleri yerlerin dağılımı incelendiğinde %48’inin büyükşehirden geldiği anlaşılmaktadır. Bu sonuç Düzce Üniversitesi’ne gelen öğrencilerin çoğunlukla İstanbul, Ankara, İzmit ve Sakarya gibi Düzce iline yakın birçok büyükşehirin bulunması ile açıklanabilmektedir. İl merkezinden gelen öğrencilerin oranı %22 ile takip etmekte ve bu oranı %20 ile ilçe merkezinden gelen öğrenciler izlemektedir. Son olarak kasaba ya da köylerden gelen öğrencilerin oranı %10’dur. Çalışmaya katılan öğrencilerin Düzce ilindeki konaklama yerlerine ilişkin verilere baktığımızda ise; önemli bir oranda (%60) devlet yurtlarında konakladıkları, bunu %23 ile kiralık evlerde konaklama, %5 ile özel yurtlar ve %2 pansiyonda konaklamayı tercih ettikleri söylenebilir. Diğer konaklama tercihleri ise %10 ile kendi evlerinde ikamet etme ya da akraba veya bir yakınının evinde konaklama şeklinde olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Ankete katılan öğrencilerin sosyo-demografik özellikleri

Demografik özellikler	Sayı	Yüzde	Demografik özellikler	Sayı	Yüzde		
Cinsiyet	Erkek	79	28,1	İkamet Ettiği Yer	Büyükşehir	134	48
	Kadın	202	71,9		İl merkezi	61	22
Fakülte	Orman	83	29		İlçe merkezi	57	20
	Sağlık Bilimleri	53	19		Kasaba-Köy	29	10
	Mühendislik	44	16	Düzce’deki Konaklama Yeri	Devlet yurdu	169	60
	İşletme	33	12		Kiralık ev	65	23
	Tıp	23	8		Pansiyon	4	2
	Fen Edebiyat	17	6	Özel yurt	15	5	
	Eğitim	15	5	Diğer	28	10	
	Diğer	13	5				
	2. sınıf	74	26				
	3. sınıf	68	24				
4. sınıf	77	27					

Ankete katılan öğrencilerin ekoturizm faaliyeti olarak değerlendirilebilecek faaliyetler kapsamında genellikle katıldıkları faaliyetlere ilişkin bilgiler Tablo 2’de verilmiştir. Buna göre anket çalışmasına katılan öğrencilerin ağırlıklı olarak (%69,4) piknik türü faaliyetlere katıldıkları belirlenmiştir. İkinci sırada ise %23,5 oranında trekking faaliyeti izlemektedir. Diğer faaliyetlerin ise %1-2 düzeylerinde kaldığı görülmektedir.

Tablo 2. Ankete katılan öğrencilerin genellikle katıldığı ekoturizm faaliyetleri

Faaliyet türü	Sıklık	Yüzde
Trekking	66	23,5
Piknik	195	69,4
Dağcılık	3	1,1
Rafting	4	1,4
Kamping	4	1,4
Su Altı Dalışı	1	0,4
Ata binme	6	2,1
Yamaç paraşütü	1	0,4
Toplam	280	99,6
Boş	1	0,4

Ankete katılan öğrencilerin aktivitelere katılma amaçları Tablo 3’te verilmiştir. Buna göre yukarıda bahsedilen öğrencilerin genellikle katıldıkları faaliyetlere katılma amaçlarını %34,9 ile rahatlama amacıyla, %18,9 ile heyecan yaşama amacı, %15,3 sosyalleşmek amacı, %11,7 yeni şeyler öğrenmek, bu oranı %10 ile ailece birlikte olmak ve son olarak %9,3 ile yenilik amaçları takip etmiştir.

Tablo3. Ankete katılan öğrencilerin aktivitelere katılma amaçları

Aktivite amacı	Sıklık	Yüzde
Öğrenmek	33	11,7
Heyecan	53	18,9
Yenilik	26	9,3
Rahatlamak	98	34,9
Sosyalleşmek	43	15,3
Ailece birlikte olmak	28	10,0
Toplam	281	100,0

Ankete katılan öğrencilerin katıldıkları aktivitelere ne sıklıkla katıldıklarına ilişkin bilgiler Tablo 4’te görülmektedir. Çalışmaya katılan öğrencilerin yaklaşık yarısı (%48,8) düzenli olarak ekoturizm aktivitelerine katılmadıklarını belirtirken, %26’sı ayda 1 kez, %13,5’i yılda bir kez %7,8’i iki haftada bir kez ve %3,9’u da haftada bir kez ekoturizm faaliyetlerine katıldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4. Ankete katılan öğrencilerin aktivitelere katılma sıklıkları

Aktivite Sıklığı	Sıklık	Yüzde
Haftada 1 kez	11	3,9
Ayda 1 kez	73	26,0
Düzenli katılmıyorum	137	48,8
2 haftada 1 kez	22	7,8
Yılda 1 kez	38	13,5
Toplam	281	100,0

Ankete katılan öğrencilerin Düzce’de Günü birlik ziyaret ettikleri yerlere ilişkin veriler Tablo 5’te görülmektedir. Buna göre, öğrencilerin 38,8’i Düzce şehir merkezine en yakın ve ulaşımı da diğer destinasyonlara nazaran daha kolay olması sebebiyle Efteni gölü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu oranı %24,6 ile Akçakoca sahil bandı, %12,1 ile Yedi Göller Milli Parkı, %10,7 ile Abant Tabiat Parkı, %5,7 ile Hasanlar Barajı, %2,5 Güzeldere Şelalesi, %1,4 ile Topuk Yaylası ve Göleti ve çok düşük oranlarda Samandere Şelalesi ve Cumayeri Rafting izlemektedir.

Tablo 5. Ankete katılan öğrencilerin Düzce’de Günü birlik ziyaret ettikleri yerler

Ziyaret yeri	Sıklık	Yüzde
Efteni gölü	109	38,8
Yedi Göller	34	12,1
Akçakoca sahil	69	24,6
Güzeldere Şelalesi	7	2,5
Topuk Yaylası ve Göleti	4	1,4
Samandere Şelalesi	2	0,7
Cumayeri Rafting	1	0,4
Hasanlar Barajı	16	5,7
Abant Tabiat Parkı	30	10,7
Toplam	272	96,8
Boş	9	3,2

Ankete katılan öğrencilerin gezi için genellikle tercih ettikleri yerlere ilişkin bilgiler Tablo 6’da yer almaktadır. Öğrencilerin yarısından fazlasının öncelikli tercihlerinin deniz kenarı olduğu (%56,6) görülmektedir. Bu tercihlerini %26 ile orman alanları, %7,5 ile de göl-dere kenarı takip etmiştir. Dağ yamacı tercihinin oranı %4,3 olmakla birlikte yöresel özelliği olan köylerin tercihi de %3,2 ile bu tercihlerini izlemiştir. Son olarak kent merkezinde gezi için pek fazla tercih edilmediği (%0,7) söylenebilir.

Tablo 6. Ankete katılan öğrencilerin gezi için genellikle tercih ettikleri yerler

Tercih Edilen Yerler	Sıklık	Yüzde
Deniz kenarı	159	56,6
Orman	73	26,0
Dağ yamacı	12	4,3
Göl-dere kenarı	21	7,5
Yayla	5	1,8
Kent merkezi	2	0,7
Yöresel Özelliği Olan Köy	9	3,2
Toplam	281	100,0

Çalışmaya katılan öğrencilerin üniversiteleri bünyesinde yer alan öğrenci toplulukları tarafından organize edilen ekoturizm vb. etkinliklerin yeterliliklerine ilişkin düşünceleri Tablo 7’de belirtilmiştir. Buna göre öğrencilerin %42,3’ü daha fazla olması gerektiğini %38,4’ü yetersiz, %14,9’u yeterli ve son olarak %1,1’i çok yeterli olduğunu düşünmektedir.

Tablo 7. Düzce Üniversitesi Öğrenci Topluluklarının Ekoturizm Kapsamındaki Etkinliklerinin Yeterliliklerine İlişkin Katılımcıların Düşünceleri

Yeterlilik Düzeyi	Sıklık	Yüzde
Çok yeterli	3	1,1
Yeterli	42	14,9
Yetersiz	108	38,4

Daha fazla olmalı	119	42,3
-------------------	-----	------

Ankete katılan öğrencilerin “Ekoturizm” kavramı ile çağrıştırdığı ifadeler Tablo 8’de görülmektedir. Buna göre öğrencilerin %25,6’sı ekoturizm denildiğinde “doğa” kelimesini düşünmekte, bunu %14,6 oranı ile “ekonomi” kelimesi izlemekte, %10,7’si “çevre” kelimesini çağrıştırdığını ifade ederken %8’i gezi, %6’sı “ekoloji” kelimesini, %5,3’ü ise “doğal turizm” ve “orman” ifadelerini düşünmektedir. Diğer kelimeler ise %0,1-3 arasında değişen oranlarla macera, heyecan, tatil, karadeniz, deniz, sosyal hayat, ekoköy, oksijen, kültür, dinlenme, yeşil, göl, organik ürünler vb. kelimeleri çağrıştırdığını söylemişlerdir. Ankete katılan öğrencilerden %10’u ise ekoturizm denildiğinde karşılık olarak her hangi bir kelime ya da ifade belirtmemişlerdir.

Tablo 8. Ankete katılan öğrencilerin “Ekoturizm” kavramı ile çağrıştırdığı ifadeler

İfadeler	Sıklık	Yüzde
Ekonomi	41	14,6
Doğal turizm	15	5,3
Eğlence	5	1,8
Macera	2	0,7
Heyecan	1	0,4
Tatil	4	1,4
Doğa	72	25,6
Karadeniz	1	0,4
Sosyal hayat	9	3,2
Gezi	23	8,2
Çevre	30	10,7
Ekoloji	17	6,0
Duyarlı seyahat	5	1,8
Deniz	7	2,5
Orman	15	5,3
Ekoköy	1	0,4
Oksijen	2	0,7
Kültür	2	0,7
Toplam	253	90,0
Boş	28	10,0

Cinsiyet faktörü itibarıyla ankete katılan öğrencilere ilişkin t testi bulguları Tablo 9’da belirtilmiştir. Buna göre; çalışmaya katılan erkek ve kadın öğrenciler arasında ekoturizm faaliyetlerine katılma amaçları açısından anlamlı farklılık bulunmasına rağmen diğer değişkenler arasında anlamlı bir farklılığa rastlanamamıştır. Kadın öğrenciler ekoturizm faaliyetlerine katılım amaçlarını çoğunlukla rahatlamak ve sosyalleşmek için tercih ettiklerini belirtirken, erkek öğrenciler ise daha çok heyecan ve öğrenmek için katıldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 9. Cinsiyet faktörü itibarıyla ankete katılan öğrencilere ilişkin T testi bulguları

Değişkenler	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Katıldığı faaliyetler	2,441	,119	-,512	278	,609
			-,486	129,074	,628
Aktivite amacı	1,796	,181	-4,379	279	,000
			-4,337	139,710	,000

Faaliyet sıklığı	2,381	,124	,801	279	,424
			,769	131,572	,443
Düzce'de günübirlik ziyaret	,174	,677	-1,740	270	,083
			-1,769	147,444	,079
Gezi tercihi	3,042	,082	-,793	279	,429
			-,892	186,245	,374

Fakülte faktörü itibariyle ankete katılan öğrencilere ilişkin ANOVA bulguları Tablo 10'da yer almaktadır. Buna göre, Düzce Üniversitesi'nde yer alan farklı fakültelerden öğrencilerin Düzce'de günübirlik ziyaret ettikleri yer değişkeni arasında anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte fakülte faktörü itibariyle diğer değişkenler arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 10. Fakülte faktörü itibariyle ankete katılan öğrencilere ilişkin ANOVA bulguları

ANOVA						
		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Sig.
Katıldığı faaliyetler	Gruplararası	25,366	10	2,537	2,293	,014
	Grupiçi	297,602	269	1,106		
	Toplam	322,968	279			
Düzce'de günübirlik ziyaret	Gruplar arası	236,598	10	23,660	2,669	,004
	Grup içi	2313,457	261	8,864		
	Toplam	2550,055	271			
Ekoturizm ilk 3 kelime	Gruplar arası	7664,209	10	766,421	,181	,997
	Grup içi	1024046,337	242	4231,596		
	Toplam	1031710,545	252			
Gezi tercihi	Gruplar arası	18,060	10	1,806	,768	,660
	Grup içi	635,150	270	2,352		
	Toplam	653,210	280			
Aktivite amacı	Gruplar arası	26,615	10	2,662	1,195	,294
	Grup içi	601,378	270	2,227		
	Toplam	627,993	280			

Düzce'deki konakladıkları yer faktörü itibariyle ankete katılan öğrencilere ilişkin ANOVA bulguları Tablo 11'de yer almaktadır. Buna göre; öğrencilerin Düzce ilinde konakladıkları yerler ile Düzce ilinde günü birlik ziyaret ettikleri yerler arasında anlamlı ilişki olduğu belirlenmiştir. Buna göre, devlet yurdunda, kiralık evlerde, pansiyon ve özel yurtlarda konaklayan öğrencilerin ekoturizm faaliyetlerinden daha çok günü birlik aktiviteleri tercih ettikleri söylenebilir. Başka bir ifade ile devlet yurdunda konaklayan öğrenciler günü birlik ziyaretlerde genellikle Efteni Gölü, Yedi Göller, Abant Tabiat Parkı ve Akçakoca sahili gibi yakın destinasyonları tercih ederlerken kiralık evde konaklayan öğrenciler daha çok Efteni Gölü gibi çok daha yakın destinasyonları tercih etmişlerdir. Ancak diğer değişkenler ile öğrencilerin Düzce'de konaklama yaptıkları yerler arasında anlamlı bir ilişki görülmemiştir.

Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde; 2016-2017 eğitim-öğretim yılında Düzce Üniversitesi'nin çeşitli fakültelerinde okuyan ve ankete katılan öğrencilerin aktivite tercihleri piknik ve doğa yürüyüşü olmaktadır. Doğa yürüyüşü; farklı zorluk derecelerinde, doğa içerisinde, farklı yaş gruplarına uygun ve zaman sınırlı olarak düzenlenen yürüyüşler olarak tanımlanmaktadır (Topay, 2003). Doğa yürüyüşleri; ekoturizmin en çok tercih edilen etkinliğidir (Anonim, 2017a). Sayın ve

Karadağ (2016) tarafından belirtildiği üzere doğa yürüyüşü ve piknik aktiviteleri Abant Tabiat Parkı içerisinde de en fazla tercih edilen aktivitelerdir. Doğa yürüyüşleri ve piknik aktivitesinin maliyetinin düşük olması, özel bir ekipman ve eğitim süreci gerektirmemesi nedeni ile sıklıkla tercih edildiği düşünülmektedir.

Ankete katılan öğrenciler, katıldıkları aktivitelere genellikle rahatlamak, stres atmak ve sosyalleşmek amacı ile katılmaktadırlar. Belirtilen nedenler rekreasyonel faaliyetlere katılım gerekçeleri ile örtüşmektedir. Sağcan (1986)'ya göre; rekreasyon faaliyetleri, insanların bedensel ve ruhsal yorgunluklarını giderip onlara fiziksel, ruhsal ve yaratıcı bir güç kazandırmaktadır (Tütüncü ve ark., 2011). Kılbaş (2001)'a göre, “*Rekreasyon, bireyin özgür zamanında zevk almak ya da bazı fiziki, toplumsal ve duygusal davranışları kazanmak için yaptığı etkinlikler ya da deneyimlerdir*”.

Tablo 11. Düzce'deki konakladıkları yer faktörü itibariyle ankete katılan öğrencilere ilişkin ANOVA bulguları

ANOVA						
		Kareler Toplamı	df	Kareler Ortalaması	F	Sig.
Katıldığı faaliyetler	Gruplar arası	2,860	4	,715	,614	,653
	Grup içi	320,108	275	1,164		
	Toplam	322,968	279			
Düzce'de günübirlik ziyaret	Gruplar arası	159,457	4	39,864	4,452	,002
	Grup içi	2390,598	267	8,954		
	Toplam	2550,055	271			
Ekoturizm ilk 3 kelime	Gruplar arası	2842,551	4	710,638	,171	,953
	Grup içi	1028867,995	248	4148,661		
	Toplam	1031710,545	252			
Gezi tercihi	Gruplar arası	4,044	4	1,011	,430	,787
	Grup içi	649,166	276	2,352		
	Toplam	653,210	280			
Aktivite amacı	Gruplar arası	11,789	4	2,947	1,320	,263
	Grup içi	616,204	276	2,233		
	Toplam	627,993	280			

Ankete katılan öğrenciler, aktiviteleri gerçekleştirmek için öncelikle deniz kenarı veya orman alanlarını tercih etmektedirler. Daha önce yapılan benzer çalışmalarda da (Anderson and Stokes, 1989; Coss ve Moore, 1990; Dervişoğlu ve Kılıç, 2013) su kıyası ve orman alanları gençler tarafından tercih edilen alanlar olmuştur. Özgüner (2004) tarafından belirtildiği üzere doğal alanların insanın fiziksel sağlığı ve psikolojisi üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır ve bu alanlar insanlar tarafından tercih edilmektedir.

Düzce'de ise öğrenciler tarafından en çok tercih edilen aktivite alanları Akçakoca sahili ve Efteni Gölü çevresi olarak belirtilmiştir. Gültekin ve ark. (2013) tarafından yapılan çalışmada Düzce'de turistlerin en fazla Akçakoca sahil bandını, Efteni Gölü'nü ve Güzeldere şelalesini ziyaret ettiği vurgulanmıştır. Altanlar (2007) tarafından Akçakoca İlçesi'nin ekoturizm potansiyeline ilişkin çalışmada Akçakoca'nın hem bir kıyı kenti niteliği taşıdığına, hem de doğal ve kültürel özellikleri ile önemli bir konumda olduğuna değinilmiştir. Efteni Gölü ve Güzeldere şelalesi ise son yıllarda Düzce İl kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün reklam ve tanıtım çalışmaları ile ekoturizmin uğrak noktası haline gelmiştir. Ayrıca Çakıcı ve Çelem (2009) tarafından kişilerin peyzaj tercihlerine yönelik olarak yapılan çalışmada; su yüzeyinin var olduğu, mekansal tasarım açısından düzenli ve bakımlı alanların daha yüksek oranlarda tercih edildiğini ortaya koymuşlardır.

Ankete katılan öğrenciler, Düzce Üniversitesi öğrenci topluluklarının gerçekleştirdikleri ekoturizm organizasyonlarını yetersiz bulmaktadırlar. Burgaz ve Ekinci (2007) tarafından belirtildiği üzere Hacettepe Üniversitesi öğrencilerinin üniversite imkanlarından memnuniyet düzeylerinin belirlenmesi için yapılan çalışmada öğrencilerin yüksek beklenti içerisinde oldukları fakat bu beklentilerini üniversitenin imkanlarının karşılayamadığı, memnuniyet düzeylerinin düşük olduğu vurgulanmıştır. Düzce Üniversitesi içinde benzer bir durumun söz konusu olduğu söylenebilir.

Ekoturizm kelimesi ankete katılan öğrencilere en fazla doğa, çevre, orman ve ekonomi kelimelerini çağrıştırmaktadır. Öğrencilerin ekoturizme yönelik algılarında ekoturizmin doğa temelli bir turizm türü olduğunun farkında oldukları, bu turizm türünün varlığını devam ettirebilmesi için çevrenin korunması ile ilişkili olduğunu ve ekonomik açıdan diğer turizm türlerinden daha maliyetli olduğunu düşündükleri söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Doğa ve kültüre dayalı bir turizm türü olan ekoturizm faaliyetlerine katılan turistler yüksek eğitimli, maceraperest ve doğa içerisinde yapılan rafting, binicilik, doğa yürüyüşü, paintball, oryantring vb. doğa sporlarına ilgi gösteren bir profile sahiptirler. Söz konusu aktivitelere katılım gönüllülük esasına dayalı olmakla birlikte fiziksel sağlığın elverişli olmasını, ilgi duymayı ve boş zaman dilimlerine sahip olmayı gerektirmektedir. Çalışma sonuçlarına göre, Düzce Üniversitesi öğrencilerinin de genç nüfus olarak boş zaman aktivitesi olarak farklı ekoturizm faaliyetlerine katıldıkları söylenebilir.

Eğitim düzeyi yüksek ve fiziksel bir engeli bulunmayan gençlerin ekoturizm faaliyetlerine katılımlarının belirlenmesi ekoturizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemli bir noktadır. Çalışma, gençlerin farklı ekoturizm kaynaklarına erişebilecekleri Düzce ilinde, yükseköğrenim gören gençlerin ekoturizm algılarının belirlenmesi amacı ile Düzce üniversitesi öğrencilerine anket uygulanarak gerçekleştirilmiştir. Değerlendirme sonucunda yüksek eğitimli, ekoturizm kaynaklarına yakın, fiziksel sağlıklarına ilişkin herhangi bir problemi bulunmayan gençlerin yayla, göl veya geleneksel köy yerleşimlerine ilgi göstermedikleri, deniz turizmüne daha yatkın oldukları belirlenmiştir. Düzce’de de en fazla Akçakoca sahil bandı ve Efteni gölü gibi su kıyısı alanları ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir. En fazla katıldıkları aktiviteler ise her yaş grubundan ve eğitim düzeyinden insanların sıklıkla katılmayı tercih ettiği piknik ve yürüyüş aktiviteleri olmuştur. Düzce üniversitesi öğrencilerinin kendilerinden beklendiği gibi yüksek bir ekoturist olma profili göstermedikleri, ekoturizme ilişkin algılarının dağa ile ilişkili bir turizm türü olduğunu bilmekten öteye geçmediği saptanmıştır.

Ekoturizme ilişkin farkındalık yaratılması amacı ile ilkökul dönemlerinden başlayarak farklı yaş gruplarına ekoturizm ve doğa sporlarına ilişkin bilgilendirmeler yapılarak bu faaliyetlere katılım sağlamaları özendirilmelidir. Üniversite içerisinde ekoturizm destinasyonlarına düzenlenen gezilerin sayıları arttırılmalı, yeterli ekonomik güce sahip olmayan gençler dernekler/kulüpler ve ilgili federasyonlar aracılığıyla desteklenmelidir. Özellikle gençlerin ekoturizm aktivitelerine katılımı teşvik edilmeli, etkin serbest zaman yönetiminde doğaya yönlendirilmeli ve katılımın sürekliliği sağlanmalıdır.

KAYNAKLAR

- Akay, B. ve Zengin, B., (2012). Ekoturizm kaynaklarının geliştirilmesi: Doğu Marmara Bölgesi örneği, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (23), (2012), 115-122.
- Altanlar, A. (2007). Akçakoca İlçesin’in Ekoturizm Olanaklarının Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Düzce Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Düzce.
- Anderson, L.M., Stokes, G.S. (1989). Planting in parking lots to improve perceived attractiveness and security. J. Arboric. 15 (1),7–10.
- Anonim 2017a <http://yayin.ogm.gov.tr/yaydepo/448.pdf>
- Beeton S., (1998). *Ecotourism: A Practical Guide for Rural Communities*, Land links Press, Australia.
- Bakırcı, M. (2002). Ekoturizm. II. Turizm Şurası Bildirileri. II.Cilt. 12-14 Nisan 2002.Ankara, 243-252.
- Burgaz, B., Ekinci, C.E. (2007). Öğrencilerin Hacettepe Üniversitesi’nce Sunulan Hizmetlere İlişkin Beklenti ve Memnuniyet Düzeyleri. H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 25, Sayı 1, 2007, s. 71-89.
- Butler, R., Boyd, S. (1996). “Management Ecotourism: An Opportunity Spectrum Approach”. *Tourism Management*, 17 (8), 386-391.

- Bozok, D. (2004). Ekoturizm ve Kaz Dağında Bir Uygulama, 1.Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi, 15-16 Nisan, Kongresi, 434-454.
- Coss, R. G., Moore, M. (1990) All that glistens: Water connotations in surface finishes, Ecological Psychology, 2, pp. 367-380.
- Çakci, I., Çelem, H., 2009. Kent Parklarında Görsel Peyzaj Algısının Değerlendirilmesi, Tarım Bilimleri Dergisi 2009, 15(1) 88-95 Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi.
- Çakır, G. (2011). İğneada ve çevresinde ekoturizm potansiyelinin belirlenmesi ve kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi, Yüksek lisans tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilimdalı, Tekirdağ, (2011).
- Dervişoğlu, S., Kılıç, D.S. (2013). Gençlerin Doğaya İlişkin Değer Yönelimleri ve Doğa Tercihleri. Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi Journal of Research in Education and Teaching, Şubat 2013 Cilt:2 Sayı:1 Makale No:10 ISSN: 2146-9199.
- Gültekin, P., Gültekin Y.S., Uzun. O., (2013). Katılımcı Planlamada Yerel Halk Ekoturizm İlişkisi: Düzce Aydınınar Köyü Örneği. III. Uluslararası Odun Dışı Orman Ürünleri Sempozyumu 8-10 Mayıs 2014, Kahramanmaraş. 3rd Internatioal Non-wood Forest Products Symposium 8-10 May 2014, Kahramanmaraş-Turkey.
- Gültekin, P. (2014). Uğursuyu Ve Aksu Havzalarında Peyzaj Planlama Ve Ekoturizm Odaklı Kırsal Kalkınma. Doktora Tezi. Düzce Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilimdalı, Düzce.
- Kaygusuz, S. (2015). Ekoturizm Açısından Oltu İlçesi (Erzurum), Yüksek lisans tezi. Atatürk üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü coğrafya anabilim dalı. Erzurum.
- Kılbaş Ş. (2001). Rekreasyon boş zamanı değerlendirme, Anaca Yayınları, Adana.
- Kılıç, N. (2006). Bolu-Göynük ve yakın çevresi doğal ve kültürel kaynaklarının ekoturizm açısından değerlendirilmesi, Doktora Tezi, A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Özgüner, H. (2004). Doğal Peyzajın İnsanların Psikolojik ve Fiziksel Sağlığı Üzerine Etkileri. Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi Seri: A, Sayı: 2, Yıl: 2004, ISSN: 1302-7085, Sayfa: 97-107.
- Sayın, Ş., Karadağ, A.A. 82016). Abant Tabiat Parkı Rekreasyonel Beklentilerinin Değerlendirilmesi. Ormanlık Dergisi 12(2) (2016) 80-93, Düzce.
- Topay, M. (2003). Bartın-Uluyayla Peyzaj Özelliklerinin Rekreasyon-Turizm Kullanımları Açısından Değerlendirilmesi Üzerinde Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı Doktora Tezi, Ankara.
- Tütüncü, Ö., Aydın, İ., Küçükusta, D., Avcı, N., Taş, İ. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımını Etkileyen Unsurların Analizi. Spor Bilimleri Dergisi Hacettepe J. of Sport Sciences 2011, 22 (2), 69-83.

ZİGANA DOĞA OKULU UYGULAMALARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ÖLÇEĞİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ

Savaş AYDIN
Zigana Doğa Okulu
info@ziganadogaokulu.org

Özet

Bu çalışma; Gümüşhane'nin Zigana Köyü'nde, 2011 yılında köy halkı ile birlikte, sivil toplum kuruluşları ve kamu kuruluşları ortak hareket ederek köyün tüzel kişiliği bünyesinde ticari bir amaç olmaksızın yöre kültürünü, tarihini, doğasını korumak ve yaşatmak amacıyla oluşturdukları Zigana Doğa Okulu (ZDO)'nun uygulamalarını içerir. Zigana Coğrafyasındaki biyolojik çeşitliliğin, doğal ve kültürel mirasın korunması ve geleceğe aktarılması için yapılan çalışmaları, yöreye özgü dönüşüm süreçleri sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirip öneriler ortaya konulmuştur. Bu çalışmada, literatür araştırılması ile birlikte gözlemler, ilgili kurum ve kuruluşlarla, yerel yöneticilerle ve halk ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılmıştır. İçeriğinde, sürdürülebilir turizm, ZDO uygulamaları ele alınmıştır.

Gümüşhane, ülkemizde kendi il sınırları içerisinde dört adet kış sporları merkezi bulunan tek il olma ve farklı kültürleri barındırma özelliğine sahiptir. Zengin biyolojik çeşitlilik barındıran eşsiz doğa güzellikleriyle doğa turizmi ve alternatif turizm potansiyeli ile bölgenin çekim merkezi olan Zigana Dağı ve Kurum (Kromni) Vadisi, plansız, altyapısı olmayan bir turizm anlayışının tehdidi altındadır. Bu tehdidin önlenmesi, geleneksel yapıların doğal güzelliklerin korunması ancak yöre halkının doğa turizmine ve alternatif turizme katılımının sağlanmasıyla mümkün olacaktır. Son olarak; tüm bu çalışmalardan elde edilen bulgular doğrultusunda, ZDO uygulamasıyla sürdürülebilir turizmin öncelikle bu coğrafyada halkın bilinçlendirilmesi sayesinde Zigana coğrafyasına sosyal ve ekonomik açıdan yöre kalkınmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizmi, Alternatif Turizm, Zigana Doğa Okulu, Ekoturizm.

EVALUATION OF ZIGANA NATURAL SCHOOL APPLICATIONS ON SUSTAINABLE TOURISM SCALE

Abstract

This study was carried out in Zigana village of Gümüşhane in 2011, together with the people of the village, non-governmental organizations and public institutions act jointly to protect the local culture, history and nature without a commercial purpose within the legal entity of the village. Zigana Nature School (ZDO), Zigana's geographical biodiversity, conservation of natural and cultural heritage, and its applications for the future, had been evaluated within the context of sustainable tourism and suggestions have been put forward. In this study, literature review, observation and discussion with local people and managers were used.

Gümüşhane is the only city in our country which has four winter sports centers with in its provincial borders. Zigana Mountain and Kurum (Kromni) Valley, which are the attraction center of the region within their unique biodiversity, are under the threat of an unplanned, infrastructural tourism concept. The prevention of this threat and the preservation of the natural beauties and the traditional buildings, will only be possible if the local people are involved in nature tourism and alternative tourism. It is foreseen that with the awareness of local people in this region about sustainable tourism with ZDO application will primarily contribute to the development of the region in terms of social and economic aspects of the geography of Zigana.

Keywords: Sustainable Tourism, Alternative Tourism, Zigana Nature School, Ecotourism.

1. GİRİŞ

Turizm; doğal, çevresel ve kültürel kaynaklara yoğun olarak ihtiyaç duyan ve bunları ekonomik birer girdi olarak kullanan bir endüstridir. Ancak özellikle doğal kaynakların kıt olması gerçeği, turizm gelişiminin sürdürülebilir bir zeminde gerçekleşmesi gereğini beraberinde getirmektedir. Aslında “**yok etmeden tüketmek**” anlayışı olarak da adlandırılabilir bu yaklaşım, turizmin temel girdilerinde ne denli hassas olunması gerektiğini; aksi halde bu girdilerin yok olmasıyla, turizmin de kaynaklarından

mahrum olacağını vurgulamaktadır (Duran, 2010, s.189). Bu nedenle turizm için kullanılacak kaynakların zarar vermeden kullanılması gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik kavramı; çevre ve insanla en fazla iç içe olan sektörlerden biri olan turizm sektöründe de geniş uygulama alanı bulmaktadır. Sürdürülebilir turizm geniş anlamda, “insanın etkileşim içinde bulunduğu ya da bulunmadığı çevrenin bozulmadan veya değiştirilmeden korunarak, kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamı sürdüren sistemlerin idame ettirildiği ve aynı zamanda tüm kaynakların ziyaret edilen bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını doyuracak şekilde ve gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçimde yönetildiği bir kalkınma şekli" olarak tanımlanmaktadır (Dinçer, 1996, s. 342). Buna göre sürdürülebilir turizm; doğaya karşı kesin bir taahhüdü ve turizm faaliyetini yerel halk ile bütünleştiren bir sosyal sorumluluğu içerir (Küçükaslan, 2007, s. 58).

Globalleşmeyle birlikte, dünyada turizm anlayışı değişmekte ve turizm pazarı büyümektedir. Her ne kadar yürürlükteki tanıtım, pazarlama ve yatırım politikalarında 3S faktörünün (deniz - güneş – kum (sea-sun-sand)) etkisi hala belirgin olsa da; 3E faktörünün (eğitim - eğlence – çevre) etkisi, yeni ve gelişen değerler olarak ortaya çıkmaktadır. Gerçekten de, turizm eğilimleri üzerine yapılan araştırmalar neticesinde göstermektedir ki; günümüzde turistler yalnızca güneşlenmek, yüzmek ya da kayak yapmak için seyahat etmemektedir. Bu süreçte; yeni kültürler keşfetmek, değişik toplumlar hakkında bilgi sahibi olmak, hobilerle uğraşmak, sportif faaliyetlere katılmak (Küçükaslan, 2007, s.79) gibi amaçlar giderek artan oranda baskın “seyahat motivasyonu” haline gelmektedir.

Turizmciler de; “yüksek profilli” turist tipinden kaynaklanan bu talebi karşılamak için; “katma değeri yüksek” ürünler geliştirmeye başlamışlardır. İşte bu kapsamda oluşan turizm anlayışı “alternatif turizm” olarak adlandırılmaktadır. Genel hatlarıyla alternatif turizm; “deniz-kum-güneş üçlüsüne bağlı olarak gerçekleştirilen ve geleneksel hale gelen kitle turizminin, çevre ve sosyal yapı üzerinde yarattığı olumsuz etkilerini azaltmak ve klasik dinlenme paketlerinden farklı arayışları olan tüketicilerin istek ve gereksinimlerini karşılamak amacıyla pazara sunulan tüm turizm türleri” olarak tanımlanmaktadır (Kozak, Bahçe, 2009, s. 97). Bu tanımdan hareketle, alternatif turizm türleri, kitle turizminin rakibi değil; seçeneği olarak değerlendirilmelidir.

Alternatif turizm içerisinde birlikte değerlendirilen ekoturizm, doğayı bozmayan ve koruyan bir turizm anlayışını ifade etmektedir. Uluslararası Doğa Koruma Birliği'nin (IUCN) tanımına göre ekoturizm, eğlenmeyi, doğayı ve kültürel kaynakları anlayarak korumayı destekleyen, düşük ziyaretçi etkisi olan ve yerel halka sosyoekonomik fayda sağlayan, doğal alanlara karşı çevresel açıdan sorumluluk taşıyan seyahat ve ziyaret olarak tanımlanmaktadır (Kurdoğlu, 2001:4).

Türkiye'nin de icra kurulu üyesi olduğu Dünya Turizm Örgütü de ekoturizmin amaçlarını; Biyolojik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunması, Yerel halkın refahının gözetilmesi, turistlerin ve yerel halkın bilinçlendirilmesinin sağlanması, Küçük ölçekli işletmeler tarafından küçük turist gruplarına hizmet verilmesi, turistlerin ve yerel halkın turizm endüstrisi hakkında sorumlu hareket etmesinin sağlanması, geri dönüşü olmayan kaynakların en düşük düzeyde tüketilmesi, turizm yönetimine yerel düzeyde katılımın önemsenmesi, iş fırsatlarının ve mülkiyetin yerel halk lehinde gelişmesinin gözetilmesi olarak tanımlamıştır (UNWTO). Türkiye, konumu ve sunduğu çeşitli turizm olanakları çerçevesinde, İpek Yolu, Kültür Turizmi, Macera Turizmi, Ekoturizm alanlarında önde gelen ülkelerden biri durumundadır (mfa.gov.tr).

Dünyada turizm konjonktürü, kitle turizminden çok alternatif turizme yönelmiştir. Türkiye kitle turizminin yanında, doğa turizmi potansiyeli olarak eşsiz bir ülkedir. Türkiye'nin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi değerleri uzun vadede koruyabildiği sürece, alternatif turizm alanında uluslararası turizm pazarındaki payımız hızla büyümeye devam edecektir.

Bu çalışma Gümüşhane'nin Zigana köyünde, sivil toplum kuruluşları ve kamu kuruluşları birlikte ortak hareket ederek oluşturdukları, Zigana Doğa Okulu (ZDO)'nun, koruma ve kollama dengesini dikkate alarak, Zigana coğrafyasındaki biyolojik çeşitliliğin, doğal ve kültürel mirasın korunması için yapılan tüm çalışmaların ve uygulamaların sürdürülebilir turizm kapsamında değerlendirilmesidir. Örnek bir kamu ve STK işbirliği ile oluşan ZDO uygulamalarıyla sürdürülebilir turizmin öncelikli

Zigana Coğrafyasında yöre halkının bilinçlendirilmesi ile sosyal ve ekonomik açıdan yöre kalkınmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

2. ZİGANA DOĞA OKULU (ZDO)

2.1. ZDO'nun Kapsama Alanına Giren Coğrafya

Zigana Coğrafyası; Zigana Dağları Gümüşhane ile Trabzon illerini birbirinden ayıran doğal sınırdır. 3 bin metreyi aşan yüksekliğe sahip Ziganalar, Harşit Çayı'nın doğusundan Giresun'a ve Karadeniz'e doğru uzanır. Bu coğrafya içerisinde en yüksek zirve veya tepe, Abdal Musa Tepesi 3.331 metre, ikinci sırada Deve Boynu Tepesidir. 3.082 metre ve 2800 metre yükseklikle Taşköprü Tepesi ve 2500 metre ile Zigana geçidini zirvesi olan Alas Tepesi bulunmaktadır. Bu coğrafyada daha bilinmemiş keşfedilmemiş bir tarih, kültür ve dokunulmamış bir doğa yatmaktadır. Hepsinden önemlisi yaylacılık geleneğinin aktif yaşadığı oba kültürü, Çepni kültürü ve farklı kültürel yapıları içerisinde barındırmaktadır. Bu coğrafya içerisinden Trabzon – Gümüşhane, Erzurum üzerinden İran'a bağlanan İpek Yolu geçmektedir (Keçe, 2005, s. 40-50). Bu coğrafyada yer alan Gümüşhane, Trabzon ve Giresun illerinin Zigana Dağları eteğinde kalan kısımları ZDO'nun kapsama alanını oluşturmaktadır. Bu amaçla 2011 yılında Zigana Coğrafyasında Yer Alan Gümüşhane, Giresun Ve Trabzon İlleri Çevre Koruma, Turizm, Kalkınma Ve Dayanışma Derneği (Zigana Coğrafyası Derneği) kurulduğu görülmüştür.

Özellikle Gümüşhane ilinde, doğa, yayla, kış ve spor turizmi gerçekleştirilebilecek birçok alan bulunmakta ve bu alanlara olan ilgi sürekli artmaktadır. Bu bağlamda Zigana Coğrafyası yılın 12 ayında doğa, yayla, kış ve spor turizmi açısından önemli bir konumdadır. DOKAP Bölgesindeki yaylaları üst kottan birbirine bağlayacak olan Yeşil Yol Projesi (Dokap, 2016, s.43-54), kapsamında, Doğu Karadeniz'in en önemli dağ ve yayla turizm merkezleri olan Kadirga, Zigana, Cami Boğazı ve Ayeser Yaylaları ile Karaca Mağarası, Sümela Manastırı, Zigana'nın etrafında adeta bir çember oluşturmaktadır (www.zigana.org: 2017).

Dünya jeolojik mirasının birçok parçası olan Karaca mağarası ve farklı özellik büyüklükte 30'un üstünde mağara sistemi ve Artabel Doğa Parkı'nın Gümüşhane İli sınırları içerisinde bulunması ve bunların birer jeosit alanı olarak tescillenmesinin önerilmiş olması da, havzada ekoturizm potansiyelinin önemli bir göstergedir (İnan, 2008, s. 80-83).

Adını Zigana Dağı'ndan alan Zigana Köyü, kervanlara yol gösteren, konaklatan ve kervanların ihtiyacı olan ürünleri pazarlayan, en az 1000 yıllık yerleşim olması yanında birçok tarihi eseri de bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca, antik kervan yolu kalıntısı ve kalesini, Doğu Karadeniz'de tek Selçuklu Kervansarayını, biri antik diğeri Osmanlı dönemi iki kemer köprüyü, Maruflu Camisi (Osmanlı dönemine ait özgün mimari yapılmış cami), Tarihi maden ocakları (Zigana eski bir madenci yerleşimidir), Her yamaçta farklı bir maden suyu kaynağı bulunan, özgün yöresel mimari ürünü evleri ile korunması gereken bir tarih, doğa ve kültür havzasıdır (Erüz, 2016, s.7).

Bu coğrafya, Doğu Karadeniz'den, Doğu Anadolu'ya doğal geçit özelliğinde olması nedeniyle, endemik tür çeşitliliğiyle birlikte, florası ve faunası ile eşsiz bir doğaya sahiptir. Bu yönüyle de endemizmi zengindir (Aydın, 2015, s. 570).

Zigana dağlarının bitki örtüsünde Kuzey yamaçları, Doğu Karadeniz Köknarı, Doğu Ladini, Akçağaç, Huş, Kayın, Sakallı Kızılağaç, Adi Gürgen, Anadolu Kestanesi, Adi Fındık, Ceviz, Titrek Kavak, Trabzon çayı, Kafkas Ihlamuru, Meşe, Karayemiş, Hanımeli, Ormangülü, Kuş üvezi, Tüylü Kartopu gibi türler ve diğer otsu bitki türleri barındırır (ÇŞB, 2015, s. 63). Geniş adi gürgen, kestane, doğu kayını ormanları ve büyük çeşitlilik içeren geniş yapraklı ve Rhododendron ağırlıklı çalı toplulukları alpin mera ve çayırlıklar ve çok yüksek zirvelerde alpin göl taşlık yamaç ve sarp kayalık bitki topluluktan bulunur (Eruz, 2016, s. 7).

Zigana dağları ve çevresi geniş coğrafyalarda görülebilen, geniş ve iğne yapraklı yağmur ormanları-alpin çayırlar ve yarı kurakçıl sarıçam-geniş yapraklı odunsu ve otsu bitki türlerini kısa mesafede görme, tanıma ve inceleme şansı sağlayan yamaç, vadi, göl ve platolara sahiptir.

Havzanın güney yamaçlarında vadi tabanlarından 2100 metre rakıma kadar olan kısımlarında çam, Doğu Karadeniz köknarı, doğu ladini, sakallı kızılgaç, kiraz, yabani [elma](#), armut, mahlep, sarıçam, katran ardıcı, mazı, meşe, titrete kavak ve Özbek kavağı, büyük yapraklı ıhlamur, dağ akça ağacı, aksöğüt, adi ceviz, bodur [ardıç](#), boyacı sumacı, çakaleriği, ılgın, yabani fındık, [kuşburnu](#), [alıç](#) ve tespiti yapılmamış pek çok odunsu [bitki](#) ve dünyada sadece bu dağda mevcut bir laleye ve henüz tespiti yapılmamış önemli bir kısmı endemik yüzlerce otsu bitki çeşidi bulunmaktadır.

Bölgede tilki, karaca, kurt, çakal, kirpi, yaban kedisi, tavşan, porsuk, gelincik, yaban domuzu, bozayı, vaşak, karaca, sansar, kaya sansarı, kör fare, fındık faresi, Arap tavşanı, yedi uyur, dağ keçisi, sincap, kurt gibi memeliler ile atmaca, kartal, akbaba, doğan, ağaçkakan, puhu kuşu, şahin, kuzgun, çulluk, bıldırcın, cüce baykuş, çil, saksagan, keklık, urkeklik, karatavuk, peçeli baykuş, çavuşkuşu, tavşancıl, kırlangıç, güvercin, kumru, guguk, ibibik, saka, kızılgerdan, baştankara, kiraz kuşu, ala karga ve tespit yapılmayı bekleyen onlarca farklı yerli ve göçmen kuş türü mevcuttur(Eruz, 2016, s. 7).

Zigana Coğrafyası dünya ölçeğinde korunması gereken en önemli 200 bölge ve 23 sıcak noktadan birisi olan Kafkasya ekosisteminin güney batı ucunda yer alır. Zigana Dağı ve çevresi biyoçeşitliliği ve endemizmi ile korunması gereken özel bir ekosistemdir (Eruz, 2016, s. 7).

Ayrıca, Türkiye'deki 65 öncelikli kelebek alanından 5 tanesi Gümüşhane sınırları içindedir. Bunlardan bir tanesi de Zigana geçidir. Torulensis Kelebeği sadece Zigana'ya özgü endemiktir. Gümüşhane ili genelinde 7 adet endemik olmak üzere, 219 çeşit kelebek bulunmaktadır (Kasapoğlu, 2015).

Karadeniz bölgesinde en fazla endemik bitki türünün Gümüşhane'de bulunduğunu ve Gümüşhane'nin çok heterojen bir bölge olduğunu, Gümüşhane'de 11 ekosistem, 18 habitat olduğu, Türkiye'de ki 24 çeşit kuşburnunun 13'ü Gümüşhane'de yetiştiği, Gümüşhane florasında 124 familyada 2 bin 856 çeşit bitki bulunduğunu, bunlardan 253'ünün endemik bitki türü, 9'unun da nadir bitki türü olduğunu, bu özellikleriyle Gümüşhane'nin kendisi adeta bir botanik bahçesi olduğu yapılan çalışmalarda tespit edilmiştir (www.gumushane.gen.tr).

Bu özelliklere sahip olan ve alternatif turizm potansiyeli çok yüksek olan coğrafyanın acilen korunması ve kollanması gerekmektedir. İşte bu gereğin sürdürülebilir turizm sayesinde, Ekolojik süreçler devam ettirilip doğal miras ve biyolojik çeşitlilik korunarak gelecek nesiller için de çevresel kaynakların optimal kullanımı sağlanabilir.

Yer halkın sosyokültürel değerleri ve varlıklarına saygı gösterilerek kültürel mirasın korunmasına ve kültürlerarası anlayışın gelişmesine katkıda bulunulabilir.

Yöre insanına, kalıcı istihdam ve gelir olanakları sağlanmasıyla adil paylaşılmış bir sosyoekonomik getiri sağlanabilir, yerel düzeyde kalıcı ve ölçeklenebilir kalkınma modelleri oluşturulabilir. Eşitlikçi katılım modelleriyle kadınların, kırsal ve yoksul toplulukların fayda sağlayabileceği bir gelir yaratılabilir.

Turistlerin yerel yaşam alanını, yaban hayatını, yerel kültürel değerleri ve gelenekleri keşfetmesini; yerel kültüre saygı duymasını sağlayabilir.

Yerel halk içinse kültürel, doğal ve tarihi unsurlar ve sosyoekonomik değerler hakkında farkındalık yaratıp sosyal sermayenin gelişmesiyle bu kaynakların korunmasını teşvik edebilir olması esaslarda dikkate alınarak (www.gelecekturizmde.com). Bu coğrafyadaki tüm turizm potansiyeli olan varlıkların destinasyonların yapılması gerektiği düşüncesinden hareket edilerek ZDO uygulamalarının bu yönde yapıldığı gözlenmektedir.

2.2. Zigana Coğrafyasının Turizm Potansiyeli

Zigana vadilerin oluşturduğu farklı mikro iklimlerin sağladığı zengin bir bitki örtüsüne sahip olması, özellikle doğa turizmi için mükemmel bir yöredir. Orman açıklıklarının bulunması ve yaban hayatını besleyen meyvelerin bulunması, yaban hayatının eko zincirinin devamlılığını sağlamaktadır.

Zigana, doğanın sunduğu görsel kalite bir yanda biyolojik çeşitliliği bir yanda da turizmi yöreye davet etmektedir (Turna, 2014).

Zigana Coğrafyası'nın coğrafi konumu ve iklim özellikleri göz önüne alındığında, sahanın doğa turizmi potansiyelinin öne çıktığı ve sunduğu aktiviteler olarak da; doğa yürüyüşü (Trekking), dağ bisikletçiliği ve bisiklet gezileri, atlı doğa yürüyüşü, yayla turizmi, kamp ve karavancılık, yaban hayatı ve kuş gözlemciliği öngörüldüğü (OSİB, 2013), ayrıca, Gümüşhane İli Turizm potansiyelleri çalışmasına göre de, bu turizm çeşitlerine ilave olarak, kış sporları, karavan turizmi, paraşütle atlama, bitki, hayvan fotoğrafçılığı gibi doğaya yönelik turizm türleri açısından uygun olduğu görülmektedir (Çalık, Kaya, Akdu, vd. 2013, s.38-50).

Gümüşhane İlinde, bölgede Asurlular, Urartular, Medler, Pers Krallığı, Makedonlar, Pontus Krallığı, Roma İmparatorluğu, Emeviler, Selçuklular ve Osmanlı İmparatorluğu hüküm sürmüştür. Bugün itibariyle il ölçeğinde 391 adet tescilli taşınmaz kültür varlığı bulunmaktadır (Aydın.2016,s.461).

Gümüşhane ilinde, ön plana çıkan turizm alanları arasında Krom Vadisi, Karaca Mağarası, Örümcek Ormanları Tabiat Parkı, Limni Gölü, Tomara Şelalesi, Çakırgöl Turizm Merkezi, Zigana Turizm Merkezi, Artabel Gölleri, Süleymaniye Mahallesi yer almaktadır (www.gumushane.gov.tr 2017).

Zigana Köyü bulunduğu konumu itibariyle içinde barındırdığı kültürel ve doğal değerler alternatif turizm türlerine en iyi cevap verebilecek yapıdadır. ZDO oluşumuyla da markalaşma yolunda hızla gelişmektedir (Aydın.2016,s.461).

Son dönemde gelişen yayla turizminin yine Zigana Köyü etki alanı içinde bulunan, Zigana Yaylası: Gümüşhane-Trabzon yolunun 50.km'sinde bulunan Zigana Tünelini geçtikten sonra 3,5 km stabilize yolla ulaşılan Zigana Yaylası 2032 m yüksekliktedir. Zigana Yaylası elektrik, içme suyu, 800 m teleski kayak eğitimi tesisi ve telsiz-telefon haberleşme sistemine sahip olup; yaylada otel, lokanta, kır kahvesi, et lokantası, bakkal, kasap ve manav işletilmektedir. Yaylada düzenlenen şenlikler Zigana Dağı Yayla Şenliği ve Zigana Dağı Kış Şenlikleridir (OSİB, 2013, s 63).

Yine Zigana Yaylasına yakın bulunan Zigana Kış Merkezi, alternatif turizmin en yaygın bir şekilde yapılacağı bölgeyi oluşturmaktadır.

Gümüşhane İlinde Bakanlar Kurulu Kararı (BKK)1991/1514 ile Zigana Kış ve Kayak Sporları Turizm Merkezi (ZKKSTM), BKK 1996/8454 ile Erikbeli Kış Sporları Turizm Merkezi, BKK 2007/11712 ile Çakırgöl Kış Sporları Turizm Merkezi, BKK 2010/647 ile Süleymaniye Mahallesi Kış Sporları Turizm Merkezi olarak ilan edilen dört merkez mevcuttur. Bu özelliğiyle ülkemizde il sınırları içerisinde, 4 adet kış sporları merkezi bulunan tek il olma özelliğine sahiptir (ÇOB, 2006, s 109). Ancak, bu merkezlerden sadece ZKKSTM aktif olarak çalışmaktadır.

Zigana Dağı'nda bulunan kayak merkezi; Sümela Manastırı, Limni Gölü, Karaca Mağarası, Kadırğa Yaylası, Cami Boğazı Yaylası gibi birçok turistik destinasyona yakın olan Zigana Kış Sporları Turizm Merkezi'nin, kış sporları, dağcılık, kampçılık, izcilik, çim kayağı, dağ ve yayla turizmine elverişli olduğuna dair ilgili kuruluşlar tarafından düzenlenmiş olumlu raporlar mevcuttur (Üçüncüoğlu, 2007, s. 27).

ZKKSTM her türlü alt yapı hizmeti tamamlanmış durumdadır. Endemizm oranı ve biyoçeşitlilik oldukça yüksektir ve Zigana etekleri dağ ve doğa yürüyüşleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir. ZKKSTM yayla turizmi, yayla şenlikleri, yamaç paraşütüne elverişli parkurları, kamp ve karavan turizmi açısından önemli alanlarıyla kış ve kayak sporları açısından da çok önemli bir destinasyondur(OSİB, 2013, s 78).

Köyün içinde bulunan tarihi cami ve Selçuklulardan kalma kervan saray yanında enkazı halen dahi duran birçok kilise tarihi değere sahip olmanın yanında, zengin ekosistemleri, faunası ve florası ayrı bir özellik taşımakta, İpek Yolunun üzerinde olması da tarihi ve kültürel zenginliğini daha da artırmaktadır. ZDO Zigana köyünü marka yapma yolundadır (Aydın. 2016, s.462).

Gümüşhane ili zengin turizm kaynaklarına sahip olmasına rağmen ilin sadece Trabzon'a komşu olan Kuzey kesimi Karadeniz turlarından faydalanabilmektedir. Zigana geçidi ve Karaca Mağarası bölgeye gelen turların %41 oranında ziyaret edilmesine rağmen Gümüşhane Kenti ziyareti %3'te kalmaktadır (Barlas, 2010, s.26).

Ekoturizm merkezi durumunda olmaya aday olan ve konu itibariyle de İpek Yolu üzerinde bulunan Zigana Köyü'nün ve ZDO oluşumuyla turizmde alacağı payı daha da artıracığı görülmektedir.

Torul İlçesi Zigana Köyü'nde bulunan Saronay yaylasındaki Limni Gölü 2000 m yükseklikte yer almaktadır. Etrafındaki zengin orman alanları ve tabiat güzellikleri ile yaz-kış ziyaret edilebilecek göl sağlık turizmi için de iyi bir alternatif oluşturmaktadır (OSİB, 2013, s 41).

Zigana Dağı'nda endemizm oranı ve biyoçeşitlilik oldukça yüksektir ve Zigana etekleri dağ ve doğa yürüyüşleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir (Acuner, 2015, s. 71-72).

2.3. Zigana Doğa Okulu Fikri ve Kuruluş Çalışmaları

Kültürlerin, kervanların ve ekosistemlerin geçiş merkezi, tarihi İpek Yolu'nun üzerinde bulunan florası, faunası, biyoçeşitliliği ve endemizmi yüksek olan, korunması gereken özel bir ekosistem sahip Zigana Coğrafyasının merkezinde yer alan Zigana Köyü, Trabzon-Gümüşhane-Bayburt-Erzurum yolu üzerinde bulunduğu için tarihi öneme sahip önemli bir transit geçit olmanın yanında, Torul İlçesine 15 km, Gümüşhane'ye 30 km. Trabzon'a ve Giresun'a 60 km. uzaklıkta olması da, önemli bir konumda olduğunu göstermektedir. Belirtilen bu özelliklerin korunması kollanması gerektiği, Zigana Köyü'nün ve Zigana Coğrafyası'nın tüm değerlerinin korunarak kalkınmasının sağlanabilmesi için günümüzde artarak gelişen, alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesi gerektiği yönünde köy tüzel kişiliğince yapılan çalışma sonucu, ticari amaç gütmeyen, tanıtım ve doğayı korumaya yönelik projeler yapılması, sergiler ve konferanslar düzenlemesi, doğa eğitimlerinin verilebilmesi gibi benzeri faaliyetleri için bir sabit mekâna ihtiyaç olduğu, bu amaçla Zigana Köyü içerisinde, 1928 yılında yapılan tarihi değere ve mimariye sahip olan 1992 yılında atıl kalan tarihi ilköğretim okulu binasını 2011 yılında, Zigana Köyü Muhtarlığı, Zigana Köyü Çevre Koruma Turizm ve Dayanışma Derneği ile Zigana Coğrafyası Derneği girişimleri sonucu Torul Kaymakamlığı'nın da destekleriyle Zigana Doğa Okuluna dönüştürülmüştür. Bu dönüşüm aynı zamanda Kamu ve Sivil Toplum Kuruluşlarının işbirliğine örnek bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydın.2016, s.462).

2.4. Zigana Doğa Okulunun Fiziki Durumu

Zigana Doğa Okulu (ZDO) ; Gümüşhane İli, Torul İlçesi Zigana Köyü Koçlar Mahallesinde 3 dönüm arazi içerisinde, yaklaşık 750 metrekaare alanda inşa edilen bir binadır. İçerisinde mevcut 7 adet sınıf, 2 adet koridor bulunmaktadır. Bu sınıflardan bir tanesi köyün yüksek akademisyen potansiyeline atfen (273 adet akademisyen), "Akademisyenler "sınıfı olarak düzenlenmiş ve doğa eğitimlerinin burada verilmesi sağlanmıştır. Bir sınıfa da köyde doğan ünlü sanatçı Devlet Opera ve Balesi Solisti Tenor Ömer Yılmaz adı verilerek burada sanatsal etkinlikler yapılmaya başlanmıştır. Diğer bir sınıfta Bitki Müzesi (Herbaryum) olarak faaliyetine devam etmektedir. Sınıflardan bir diğeri ise köyde doğan ve ülkeye mal olmuş köy enstitüsü mezunu 18 adet öğretmen için ayrılmış ve bu sınıfa da "Başöğretmenler" adı verilerek onların, tanıtılması ve anılmasının yönünde çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bir sınıfında "Savaş Aydın Doğa Kütüphanesi" olarak planlanması yapılmıştır. Eski müdür odası yönetim ofisi yapılarak kullanıma sunulmuştur. Okulun mevcut 2 adet koridoru da sanatsal etkinlikler için sergi salonu ve atölye olarak "Güneş Sanat merkezi" ve "Mehriba" salonları olarak kullanılmaktadır.

ZDO bünyesinde Sanatsal etkinlikler için bir "Sanat Grubu" , Gençlere ve çocuklara yönelik olarak "Gençlik Kulübü" ve medya ilişkileri için "Basın Kulübü" oluşturulduğu görülmüştür.

ZDO oluşumu ve faaliyetlerinin artmasından sonra, yörenin alternatif turizm değerlerinin ön plana çıkarılmasına yönelik olarak, yörede mevcut olan alanlardan faydalanılarak, herbaryum açılması ve Zigana Dağındaki atıl kalan jandarma karakol binası kış sporları için kullanıma açılmıştır (Aydın.2016, s.463).

2.5. Zigana Bitki Müzesi (Herbaryum)

İnsanların başta gıda olmak üzere temel ihtiyaçlarının karşılanmasında vazgeçilmez bir yeri olan canlı kaynakların temeli, biyolojik çeşitliliktir (www.milliparklar.gov.tr, 2015). Ülkemize hayvan ve bitki

çeşitliliği açısından oldukça zengin bir konumdadır. Karasal alanlarının %30'a yakını ormanlarla kaplı olan ülkemiz, neredeyse tüm Avrupa kıtası bitki çeşitliliğine denk olan, 12.000 bitki taksonuna sahiptir. Bu bitki türlerinin 3708 adedini endemik bitki türleri oluşturmaktadır (Karaköse, Terzioğlu, 2012, s. 50).

Ülkemizin endemik bitkilerce zengin illerinden biri olan Gümüşhane'den bilim dünyasına ilk kez tanıtılan bitki sayısı 50'nin üzerindedir. Gümüşhane, Türkiye endemik bitkilerinden 200'den fazlasına ev sahipliği yapmaktadır. Bu zenginliğin asıl nedeni ilin değişik ekosistemlere sahip olmasıdır (ÇŞB,2015, s.64.)

Biyοçeşitlilik envanteri çıkarılmayan bölgemizde, kısmi olarak yapılan çalışmalarda, Zigana Coğrafyasında 471 adet endemik bitki tespit edilmiştir (Terzioğlu, 2014). Zigana Dağı'nın adını alan endemiklerde var. Tulipa gumusanica (Gümüşhane Lalesi) ve Festuca ziganensis (Zigana Çimi) (Torlak, Vural, Aytaç, 2010: 20-24). gibi endemiklerinin Zigana da bulunması ve bu yönde yapılacak çalışmalarda bu sayısında daha da artacağı bilinmektedir. Bu Zigana bölgesinin ekolojik olarak ne kadar önemli olduğunun bir göstergesidir.

Biyοçeşitliliğin nerede olduğunu bilemeden koruyamayacağımıza göre, bunların bir an önce tespiti gerekmektedir (Eken, Bozdoğan, 2016, s. 12). İşte bu tespitin başlangıcı olarak Orman ve Su İşleri Bakanlığı ile birlikte, (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Bitki Müzesi Sorumlusu Uzman Biyolog Mehtap Öztekin'in katkı ve katılımlarıyla) ZDO içerisinde Türkiye'nin ilk sivil toplum kuruluşunun bitki müzesi (Herbarium) oluşturulmuş ve ziyaretçilere açık hale getirilmiştir.

T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığının en büyük projesi olan ve ulusal biyοçeşitliliği korumayı amaçlayan Nuh'un Gemisi projesine katılım sağlanarak, buradaki veriler uluslararası alana da taşınmıştır (Aydın, 2015, s 3). Ayrıca, bu müzede T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığının yetkililerinin biyοkaçakçılardan yakaladığı kelebek ve böcekler de sergilenmektedir.

Bu haliyle bile bitki müzesi bitki meraklıları için cazibe merkezi halindedir.

2.6. ZDO'nda Yapılan Ekoturizm ve Alternatif Turizm Faaliyetleri

Gümüşhane Valiliği, Gümüşhane Üniversitesi, Zigana Köyü Muhtarlığı ve STK'lar birlikte Hareket stratejisi belirlenmiş olduğu görülmektedir.

Uluslararası ve ulusal, TÜBİTAK destekleme Projeleri için çalışmalar yapılmaktadır.

7' den 70'e herkese doğa eğitimi verilecek ilkesinden hareketle, öncelikli olarak doğada eğitimcilerin eğitimi yapılması, doğa bilinci kazandırması ve doğada yaşam eğitimleri 8 adet akademisyen tarafından verilmektedir.

Biyotop haritalama çalışması yapılması için ekip kurma çalışmaları devam etmektedir.

Akademik etkinlikler yanında sanatsal etkinliklere de ağırlık verilerek sergiler açılmaktadır.

Jeolojik miras korunmasına özen gösterilerek çalışmalar yapılmakta, Maden bölgesi olan Zigana Köyünde (Köstere Madeni, Zigana Eskiköy Madeni) (Üçüncüoğlu, 2008, s.46-49), maden müzesi açılması çalışmaları sürdürülmektedir.

Coğrafyanın endemik bitki ve hayvan türlerini yerinde kendi doğal yaşam alanlarında gözlenme imkânı sunulması, bir eğitim alanı olarak kullanılarak doğayı bilen, seven ve koruyan alternatif turizm değerlerini bilinçli bir şekilde suna bilecek insanların yetiştirilmesine yönelik olarak, meri mevzuatlar çerçevesinde ilgili kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapılarak sertifikalı yerel rehber yetiştirilmesi çalışmaları yapılmaktadır (Aydın. 2016, s.464).

Doğa sporları ve foto safariler gibi etkinlikler düzenleyerek bölgenin turizm potansiyelleri sergilenmekte,

Gelecek neslin "Ekolojik Okur Yazar" olarak hazırlanmasına yönelik eğitim alanlar belirlendi ve uygulamalar Torul kaymakamlığı ile birlikte yürütüldüğü.

“Zigana Endemikleri Fotoğraf Sergisi “ ülke çapında, aynı konseptte 8 ayrı yerde sergilenerek Türkiye rekoru kırmıştır. Bu sergi ülke içinde ve dışında sergilenme çalışmaları devam etmektedir.

Foto safari ve doğa yürüyüş turları için bölgeler belirlenmiştir ve katılımcı sayısı en fazla on kişiye kadar olan turlara yerel rehberlerle devam edilmektedir. Örnek olarak cennet yürüyüşü rotası verilebilir.

T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı ile yapılan iş birliği çerçevesinde ZDO için bir sözleşmeli eleman çalıştırılması uygulamaya konulmuştur. Hali hazırda bir personel ZDO da çalışmaktadır.

Bu coğrafyanın değerlerini tanıtabilmek için 2015 Mayıs ayından itibaren “Zigana Doğa Okulu” adıyla 3 ayda bir yayınlanan bir dergi çıkartılmaktadır.

Gümüşhane İli sınırları içerisinde, Torul İlçesi ve 10 köy sınırını kapsayan “Zigana Canlı Bitki Müzesi” (Arboretum) çalışması da Orman ve Su İşleri Bakanlığı ile birlikte yürütülmektedir (Aydın. 2016, s.465).

Zigana kökenli değerlerinin tanıtılmasına yönelik anma programları düzenlenmesi yapılmaktadır.

Bu güne kadar ZDO uygulamalarıyla Lames şenlikleri, Elma Müzesi, doğa eğitimleri, muhtarlarla yapılan ekoturizm çalışmaları, “Zigana Doğa Okulu” dergisi, “Zigana Coğrafyası Endemikleri Fotoğraf Sergileri “ ve “Zigana Coğrafyası Endemik Kelebekleri Fotoğraf Sergileri” ve ülke genelindeki sanatçıların katılımlarıyla düzenlenen bireysel veya karma resim sergileri, kamu kurumlarıyla yapılan işbirliği çerçevesinde örneğin; Milli Piyango Genel Müdürlüğü ile yapılan protokol gereği, 19 Ağustos 2015 Milli Piyango Bileti üzerine Zigana Köyünün fotoğrafı ile “Zigana Coğrafyası Korunmaya ve Kollanmaya Muhtaçtır. Unutmayalım.” ZDO 'nun sloganının basılması. Yine T.C. Orman Ve Su İşleri Bakanlığı, Doğa koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü ile yapılan işbirliği çerçevesinde 10-12 Temmuz 2017 tarihleri arasında Zigana Limni Gölü Tabiat Parkında gerçekleştirilen “1. Milli Parklar Ulusal Foto Kampı” Kültür ve Turizm Bakanlığı ile yapılan ve 11-16 Temmuz 2017 tarihleri arasında Zigana Dağında “Zigana Yayla Kente” gerçekleştirilen “Ev Pansiyonculuğu Kursu” gibi sanat, edebiyat ve yöre halkı ile işbirliği çerçevesinde geliştirilen ekoturizm bilinci sürdürülebilir turizmin alt yapı çalışmaları olduğu görülmektedir.

ZDO yönetimi tarafından düzenlenen ve kamu kurum ve kuruluşlarla işbirliği çerçevesinde yapılan, konferanslar, Paneller, Seminerler, Çalıştaylar, sürdürülebilirlik adına yöre halkının bilgilendirilmesi, bilinçli ve alt yapı turizmin yörede yapılabilmesine uygun destinasyonların hazırlanmasına yönelik çalışmaları yapıldığı gözlemlenmektedir.

ZDO Başkanı Savaş Aydın tarafından; Uluslararası ve ulusal kongrelere ZDO ilgili bildirimler sunulmaktadır.

Gümüşhane Üniversitesi'nin düzenlediği, 1. Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi, “*Ekolojik Turizm ve Zigana Doğa Okulu Uygulaması*”,

Erzincan Üniversitesi'nin düzenlediği, I. Ulusal Alternatif Turizm Kongresi Nisan 2016 / Erzincan, “*ATK010 -Alternatif Turizm ve Zigana Doğa Okulu Uygulaması* “,

Sıtkı Koçman Üniversitesi'nin düzenlediği 17. Ulusal Turizm Kongresi Programı – Bodrum “*048-Zigana Doğa Okulu Uygulaması ve Zigana Bitki Müzesi*”,

Bursa Uludağ Üniversitesi'nin düzenlediği 1. International Rural Tourism and Development Congress” “*Rural Tourism Potential Of Zigana Village*” , konu başlıklı bildirimleri örneklenebilir.

KTÜ- Beşikdüzü Meslek Yüksek Okulunda 21.12.2016 tarihinde yapılan “*ZDO' nun Ekonomiye Katkısı*”- konulu ve Gümüşhane Valiliği, ZDO işbirliği ile Gümüşhane de 19.12.2016 tarihinde yapılan '*Kavimler Kapısı Zigana*' konulu Konferanslarda ayrı örnekler olarak verilebilir.

ZDO tarafından farkındalık yaratan, Yöre kanaat liderlerinin bilgilendirilmesi amacı hedefleyen, 19.03.2016 tarihinde ZDO yapılan “*Torul'un Muhtarları Buluşuyor*” , “*1. Ekoturizm Çalıştayı*” ve yine 15.05.2017 tarihinde, Gümüşhane, Torul da yöreden göçün önlenmesine yönelik olarak yapılan , “*2. Ekoturizm Çalıştayı*” yöre değerlerinin korunmasına yönelik çalışmalar olarak görülmüştür.

Geleneksel hale getirilen, soyut ve somut bir kültür olan Lames şenlikleri her yıl Ağustos ayında yapılmaktadır. Bu şenlikler kapsamında, ZDO içerisinde Eğitimler verilmekte, sergiler açılmakta, yöresel sanatçılara yer verilerek, yöre kültürüne ve turizmine yönelik çalışmalar yapılmaktadır. 2017 yılında 9. Lames şenliği yapılmıştır.

ZDO’da Lames Şenlikleri Çerçevesinde Yapılan Etkinliklerde Verilen Eğitimler:

4. Lames Şenliğinde, Yrd. Doç. Dr. Coşkun Erüz, “*Zigana Dağı: Ekosistemler, Kültürler ve kervanlar geçidi*” (2011),
5. Lames Şenliğinde, Prof. Dr. Hülya Kalaycıoğlu “*Yaşanması Bir Çevre*” (2012),
6. Lames Şenliğinde, Prof. Dr. Erdinç Tokgöz “*Zigana, Türkiye ve Dünyadaki Ekonominin Genel Değerlendirilmesi*” (2013),
7. Lames Şenliğinde, Botanik Uzmanı Mehtap Öztekin “*Zigana Doğa Okulu Herbaryumu’nun Oluşturulması ve Teknikleri*” (2014),
7. Lames Şenliğinde, Prof. Dr. Salih Terzioğlu “*Zigana’nın Bitkisel Biyoçeşitliliği’nin Önemi*” (2014),
7. Lames Şenliğinde, Prof. Dr. İbrahim Turna “*Zigana Havzası Ormanları ve Bölge İçin Önemi*” (2014),
8. Lame Şenliğinde, Doç. Dr. Ahmet Kasapoğlu “*Zigana Coğrafyası Endemik Kelebekleri*” (2015),
9. Lames Şenliğinde, Prof. Dr. Ayla San, “*Doğa Harikası Ziganam*” (2017),
9. Lames Şenliğinde, Araştırmacı, Yazar, Gazeteci, A. Güngör Üçüncüoğlu, “*Kavimler Kapısı Zigana*” (2017),

Konulu eğitimler verilmiştir.

Başöğretmenleri Sınıfı Anma Etkinlikleri:

4. Lames Şenliğinde, Köy Enstitüleri Mezunu Öğretmenlerimizin Sergisini açma, Başöğretmenimiz Hamit Taşgın’ın konuşması,
5. Lames Şenliğinde, Başöğretmen İsmail Turan’ı Anma,
6. Lames Şenliğinde, Başöğretmen Ethem Aydoğan’ı Anma,
7. Lames Şenliğinde, Başöğretmen Musa Yılmaz’ı Anma,
8. Lames Şenliğinde, Başöğretmen İsmail Yılmaz’ı anma,
9. Lames Şenliğinde, Başöğretmen Kasım Şahin’i anma,

ZDO ‘nda Açılan Sergiler:

4. Lames Şenliğinde, Güneş Sanat Merkezi” Ressam Azmi Aytekin, “*Doğa Atölye Çalışmaları*” ve fotoğraf sanatçısı Ahmet Kayacık’ın, “*Zigana Coğrafyası Fotoğraf Sergisi*” açılışı,
5. Lames Şenliğinde, ZDO Sanat Gurubu “*Zigana Fotoğraf Sergisi*” açılışı, (katılan sanatçılar, Doç. Dr. Coşkun Erüz, Hüseyin Özgün, Tülay Önder, Ali Erdoğan, Dinçer Eroğlu, Coşkun Üstün, Savaş Aydın, Hasan, Ali Aydın, Yavuz Orhan, Mustafa Zengin),
6. Lames Şenliğinde, Ressam Şengül Bişiren , “*Resim Sergisi ve Foklorik Bebekler Özel Atölye Çalışmaları Sergisi*” ve ZDO Sanat Gurubu üyesi Tufan Aydoğan’ın, “*Zigana Coğrafyası Endemikleri Fotoğraf Sergisi*” açılışı,
7. Lames Şenliğinde, Başöğretmenler sınıfımızda Fotoğraf Sanatçımız Mustafa Zengin ‘in “*Gümüşhane Kadınları*” Fotoğraf sergisi,

7. Lames Şenliğinde, Devlet Sanatçımız Tenor Ömer Yılmaz sınıfında, NTV bölge sorumlusu ve fotoğraf sanatçısı Merhum Ahmet Kayacık anısına, kendi fotoğraflarından oluşan Fotoğraf sergisi,
8. Lames Şenliğinde, karma “Zigana Coğrafyası Endemik kelebekleri” fotoğraf sergisi açılışı, katılan sanatçılar (Vehbi Yalçın, Hüseyin Özgün, Yavuz Orhan),
9. Lames Şenliğinde, “1. Gümüşhaneli Sanatçı kadınlar Karma Resim sergisi” açılışı. Katılan sanatçılar (Güzin Arısoy, Şengül Bişiren, Nurten Direkçi, Emel Aygören Şen),
9. Lames Şenliğinde, Başöğretmenler sınıfında, M. Sulhi Şahin’in kişisel Resim sergisi,

Gençlik Kulübü Etkinlikleri;

Doğa bilinçlendirilmesinde hedef kitle olarak seçilen gençler ve çocuklar için Gençlik kulübü etkinliği olarak 6. Lames Şenliğinde, fotoğraf makinası ödülü ZDO Konulu Resim Yarışması, 7. Lames şenliğinde “Doğa ve İnsan” konulu resim ve şiir yarışması düzenlenmiştir.

Tenor Ömer Yılmaz anması nedeniyle Lames Şenliklere Katılan Sanatçılar:

4. Lames Şenliğine, Ankara Devlet Opera ve Balesi Solisti Tenor Tuncer Tercan, Yöresel Sanatçı Gülten Orhan, Yapımcı ve Sanatçı Adnan Eroğlu, Kemeçeci Osman ve Sunucu, Şeyma Şahin,
5. Lames Şenliğine, yöresel kemeçe sanatçı Kemal Demirci, sanatçı, Gülten Orhan, yapımcı ve sanatçı Adnan Eroğlu, sunucu İş adamı Erol Eroğlu,
6. Lames Şenliğine, Kemence Sanatçısı İnan Ayhan, Yapımcı ve Sanatçı Adnan Eroğlu, sunucu gazeteci Hüseyin Özgün,
7. Lames Şenliğine, “ Lames Türküsünün bestecisi ve kemeçe sanatçısı ” Adem Karabulut, sunucu, Savaş Aydın.
8. Lames Şenliğine, Kayseri Halk Ozanlar Derneği Ozanı, Ozan Avşaroğlu, kemeçe sanatçısı, Ali Paşa, sunucu Yaşar Bayram.
9. Lames Şenliğine, Kültür ve Turizm Bakanlığı sanatçılarından oluşan , Trio grubu, kemeçe sanatçısı Nurettin Balcı, Sunucu Dr. Özlem Aydın.

Bu güne kadar açılan “Zigana Coğrafyası Endemikleri Fotoğraf “ Sergileri:

11 Mayıs 2013 tarihinde Ankara’da Talih Kuşu Sanat Galerisinde sergi açılışı ile birlikte, Alegria Oda Korosu Şef İnci Ayağı Tıgılı yönetiminde, “Tenor Ömer Yılmaz” anma konseri.

26 Mayıs 2013 tarihlerinde Ankara Atatürk Kültür Merkezinde yapılan 3. Gümüşhane Günleri’nde ki sergi açılışı.

10. Ağustos 2013 Zigana Doğa Okulu ‘da ki sergi açılışı.

18-25 Kasım 2013 tarihlerinde, İzmir Ticaret Odası Müzesi’nde sergisi açılışı ile birlikte, İzmir Devlet Opera ve Balesi Solistleri, Soprano Aytül Büyüksaraç, Bas Tefik Rodos, Tenor Aydın Uştuk, Piyanist Sylvain Souret, “Tenor Ömer Yılmaz” anma konseri,

22.Şubat 2014 “Zigana Kar Şenliği “ Zigana Dağı’nda sergi ile birlikte Yrd. Doç. Dr. Coşkun Erüz, , “Zigana Dağı:” sunumu,

08-11 Mayıs 2014 tarihlerinde İstanbul, Feshane’de yapılan 5. Gümüşhane Günlerindeki sergi açılışı.

ZDO faaliyetleri olarak farkındalık yarattığı gözlenmiştir.

Zigana tünelinden başlayıp Zigana Dağı geçidi üzerinden meşhur karaca mağarasına ulaşılan oradan da ikisu (Harava) mevkiinde devlet yoluna birleşen yaklaşık 25 km uzunluğundaki yol ortalama 2 000 m rakımda çam ormanları içerisinde ilerlenmesi ve çok geniş görüş ufkuna sahip olması, çok sık aralıklarla buz gibi doğal kaynak sularının, çeşitli yaban hayvanları ile yüzlerce bitkinin bulunduğu bu yolda araçla veya yaya gezinti insana huzur, güven, cesaret ve mutluluk verir. Bu güzergah aynı

zamanda ZDO'nun tur programında yer almaktadır. Onar kişilik guruplarla bu tur rotası bisikletli ve yürüyüş gurupları olmak üzere yerel rehberlerle yapılmaktadır. Adına da "Cennet Yürüyüşü" rotası denilmektedir. Bu rota aktiviteleri her yıl haziran ayından başlayıp eylül ayı sonuna kadar devam etmektedir.

ZDO yönetimi tarafından, yörenin tarihine, kültürüne ve doğasına yönelik çalışmalar ulusal düzeydeki yapmakta. Yöresel el sanatların geliştirme amaçlı olarak kurs ve atölye çalışmalarına yer verilmektedir. Bu çalışmalara örnek olarak da yöreye özgü folklorik bebeklerin sergisi açarak kamu oyuna da mal olmalarını sağlamıştır. Söz konusu sergide yer alan bebekler Gümüşhane Kent Müzesinde sergilenmektedir.

2.7. ZDO Uygulamasının Yöre Turizmine Katkıları ve Önerileri

ZDO yörenin geleneksel organik beslenme tarzını korumayı ve tanıtmayı amaçlar.

Geleneksel el dokumaları ürünlerinin üretimi ve pazarlanmasını destekler.

Birer soyut ve somut kültür varlığı sayılan Köy düğünü ve Lames kültürünün sürekliliğini sağlayan çalışmalar yapar.

Zigana'ya özgü mimari yapısının korunması için köy tasarım rehberi çalışmaları yapar.

Her biri ayrı bir tarihi miras olan tarihi eserlere sahip çıkar. Maruflu Camisi, eski hanlar, Osmanlı Köprüsü, İpek Yolu Köprüsü, Zigana Coğrafyası sınırları içerisinde olan İpek yolu, Markopolo yolu, Onbinlerin yolu, Osmanlı Topçu yolu ve kral yollarının korunması, destinasyonlarının yapılması, bu alanların yürüyüş yollarının ve rotalarının belirlenmesi için çalışmalar yapar.

Zigana Köyüne mülki olarak bağlı olan uzak veya yakın bütün yayların ve arada kalan bütün tabiat varlıkların korunmasını yayla kültürlerinin yaşatılmasını içi çalışmalar yapar

Canlı bitki müzesi oluşumuyla, coğrafyanın doğasının bir prottipi oluşturulup tanıtım ve istihdam sağlama potansiyeli yaratılabilir.

Yöresel bir değer olmaktan çıkıp ulusa mal olmuş sanatçı Azmi Aytekin'in doğal ağaç köklerinden yapılmış sanat eserlerinin yer aldığı "Güneş Sanat" merkezinin eserlerin ve bulunduğu binanın korunması ve müzeye dönüştürülmesi çalışmalarını bölgede ayrı bir farkındalık yaratacaktır.

Hali hazırda Limni Gölü çevresinde gerekli ekosistem ön çalışması yapılmaksızın, konaklama amaçlı bungalovların konulması, göle su bağlanması, ateş yakılarak mangallı piknik partilerinin yapılması maalesef doğayı yok etmekte ve var olan ekosistemi tahrip etmektedir. Ekolojik dengeyi bozulmadan da bu tür turizm faaliyetleri yapılabilir. Örneğin, seyir terasları yapılarak buranın tahrip edilmeden korunması sağlanabilir. Kuş gözlemleme turizmi, foto safari, yayla ve köylere bisiklet turları yapılabilir. Ayrıca arazi dağlık bir yapıya sahip olduğundan dağcılık gibi doğa sporları ve ZKKS, Kadirga, Kazıkbeli, Taşköprü Yaylaları çevresi ile Aktutan Köyü'nde yamaç paraşütü yapılabilecek parkur alanları mevcuttur. Hava sporları düzenlenebilir. Bölgedeki köylerin ayrı ayrı turizm potansiyelleri değerlendirilerek turizm desteğinin sağlanmasına çalışılmalıdır.

Dünyada gelişen yeni turizm ve konaklama tercihleri göz önüne alındığında doğa turizmini tercih eden bireyler, konaklama ihtiyaçlarını da doğal ortamlarda karşılamak istemektedirler (2015 yılsonu itibariyle Gümüşhane İlinde Turizm belgeli konaklama tesisi 4 adet toplam yatak sayısının sayısı da 450 adettir). Bu yetersizdir ancak yatak kapasitesinin artırılmasına yönelik çalışmalarda büyük beton yığınları yerine, kültürel ve doğal dokuya uygun, birer ailenin konaklayabileceği, ahşap dağ evleri kurmak daha etkili olacaktır.

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü bünyesinde Zigana dağında turizm bürosu kurulmalıdır. Otantik evlerimizden biri restore edilerek bir turizm bürosu olarak düzenlenebilir. Zigana köyü içerisinde yer alan Güneş Sanat Merkezi, demirci dükkanı ve tarihi caminin yanı sıra mevcut değirmenlerde korunmalı ve restorasyon yapılmalı, doğal hayatın korunması için ıslah edildiği belirtilen dere duvarlarının hayvan geçişlerine uygun hale getirilmesi gerekmektedir. Derelerin destinasyonlarının yapılarak turizme kazandırılması bölge ekonomisine katkı sağlayacaktır

Köy halkı ve esnafın turizm konusunda bilinci artırılmalıdır. Halkın turizme bakış açısıyla ilgili bilimsel çalışmalar yapılmalı, halk eğitim merkezi, belediye ve derneklerin de katkılarıyla turizm eğitimine yer verilmeli, konferans, panel gibi çalışmalar bireylere sıkıcı gelebilmektedir. Bu nedenle halkın katıldığı sosyal aktivitelerin içerisinde turizm bilinçlendirmesi yapılmalı, bireyler eğlenerek öğrenebilmelidir. Bunun için kamu ve üniversitelerle işbirliği yapılarak halkın oturduğu ve yaşadığı yerlerde yerinde eğitim çalışmaları başlatılmalıdır.

Zigana Dağı, çok eski tarihlerden günümüze kadar doğal güzelliği ve mangalık etiyle turizm sektöründe önemli bir yere sahiptir. Bunun bilincinde olan turist grupları, günübirlik seyahatler şeklinde Zigana Dağına gezmek ve yemek amacıyla ziyaret etmektedir. Bu seyahatlerin günübirlik değil de daha uzun bir sürece yayılması şüphesiz Zigana Köyü'nün ve bölgenin sosyal ve ekonomik açıdan kalkınmasına katkı sağlayacaktır. Misafirlerin kalış sürelerinin uzatılması ancak alternatif turizm türlerinin Zigana Coğrafyasında uygulanabilirliğinin sağlanmasıyla mümkündür.

ZDO bulunduğu Zigana Köyü zengin coğrafyası ve doğal potansiyeli, doğa turizmi türleri açısından büyük bir şanstır. Ancak bilinçsizce davranılması sonucunda, hızla çevre değerlerinin bozulması da kaçınılmaz olacaktır. Bu potansiyel tehlikeyi acilen görüp, doğa içinde yapılan tüm turizm türlerinde "çevreyle barışık" tarz ve yöntemleri benimsemeliyiz.

Bunlarla paralel olarak ve daha uzun bir süreç boyunca da, hem turizm profesyonellerinin, hem de bölge halklarının, ekoturizm konusunda bilinçlendirilmeli ve eğitilmelidirler.

Zigana Köyü sınırları içerisinde koruma altına alınmış tabiat varlığı olarak ilan edilmiş "Limni Gölü" önemli bir turizm potansiyeli oluşturmaktadır. Birçok kuş ve bitki türlerini barındırmasıyla kuş gözlemleme ve bitki inceleme turizmi için seyir terasları, kuş veya hayvan gözlem evleri, fotoğraf çekme kuleleri gibi oluşumlarla donatılmalıdır.

Özellikle ekoturizmden gelir sağlayacak olan bölge halklarının, sahibi oldukları doğal ve kültürel zenginliklerin bilincine varmaları ve bunları ancak koruyarak, insanlığa ve kendilerine fayda sağlayacaklarını kavramaları sağlanmalıdır. Yerel yöneticilere ve bölge halkına ekoturizm çeşitleri ve yöntemleri hakkında eğitim, kurs ve brifingler verilmeli, kendilerinin de ürün ve eko-konaklama imkânları geliştirmesi için destek sağlanmalıdır.

Zigana Coğrafyasının coğrafi konumu ve iklim özellikleri göz önüne alındığında, yayla turizmi, doğa yürüyüşü (trekking), bisiklet turizmi, atlı kamp karavan turizmi, paraşütle atlama gibi doğaya yönelik turizm türleri açısından idealdir. Ayrıca yöre halkının misafirperverlik ve turizme bakış açısının olumlu olması turizm açısından önemli bir değerdir.

Zigana Dağı kayak merkezi zaten markalaşmıştır. Ancak coğrafyanın tanıtımı kurumsal bir şekilde yapılmadığı için yeterli olmamakta, tanıtımı geliştirici yöntemler benimsemenin yanında seyahat acentelerini bilgilendirme amaçlı broşür basılıp gönderilmeli, alternatif turizm türlerine de yer verilmelidir. Fuarlarda mutlaka ilçeyi temsil edecek görevliler ve ürünlerimiz yer almalıdır.

ZDO tarafından her yıl düzenlenen "Lames" Şenlikleri kapsamında Zigana Coğrafyasındaki büyük bir kitleye ulaşılmaktadır. Bölgedeki turistik ve doğal yerlerin tanıtım ve bilgilendirme levhalarının oluşturulması için projeler yapılması bu bağlamda coğrafyanın tanıtımına katkı sağlayacaktır.

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde deniz, kum, güneş turist profili giderek değişmekte, turizm geleneksel destinasyonlardan uzaklaşmaktadır. Alternatif turizm gelirlerinin büyük ölçüde yöre insanına döndüğü ve bu insanların daha çok toplumun en yoksul kesimini oluşturan dağ ve orman köylüleri ve pansiyon çalıştıran aile grupları düşünüldüğünde, bu kesimin ekonomik olarak iyileşme gösterebileceği açıktır. Üstelik alternatif turizm gelirlerinin bir kısmı da doğal değerlerin korunması ve geleneksel kültürlerin yaşatılmasında kullanılmaktadır.

Çevreye duyarlı turizmin gelişebilmesi için, doğal zenginliklerin, sit alanlarının, özel çevre koruma alanlarının, doğrudan turizm alanı olarak kullanılması yerine bu alanların özelliklerini dikkate alarak koruma esaslı alternatif turizmin geliştirilmesi önemlidir. Ayrıca doğa koruma ile ilgili kuruluşların

çalışmaları esas alınarak, sürdürülebilir kullanımların dikkate alınması ile taşıma kapasitelerine bağlı turizm sektörünün gelişmesini sağlayacak planlamalar yapılmalıdır.

ZDO'nun yer aldığı coğrafyanın endemisine ilişkin önceliğimiz endemik çeşitliliğin envanterini çıkarmaktır. Yöreye özgü tüm bitki ve hayvan çeşitlerini tespit etmek, bu alanları doğal ortamlarında korumak amaçlanmaktadır. Bu faaliyetlerle ZDO, coğrafyasının dinamosu olacaktır. Endemik çeşitliliğin tespiti için açılan ZDO ve Zigana Bitki Müzesi uygulamasının ülke çapında tanıtımı gerekmektedir. Bu tanıtımın yanı sıra yapılması planlanan Zigana Canlı Bitki Müzesinin yörenin biyoçeşitliliğinin korunmasına, kollanmasına ve kalkınmasına katkı sağlayacağı, bu alanda yapılacak Gözetleme kuleleri ve seyir terasları gibi çalışmalar ile bu katkının daha da aratacağı düşünülmektedir.

Alternatif turizm temelli projelerin yerel otoriteler ve kamu kurumları tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Ekolojik temelli çalışmalarda koruma ve kullanma dengesinin göz ardı edilmemesi, yöre halkı, STK ve üniversite işbirliğinin fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

ZDO uygulamasıyla Lames şenlikleri, Elma Müzesi, Doğa eğitimleri, Muhtarlarla yapılan Ekoturizm çalışmaları, "Zigana Doğa okulu" dergisi, "Zigana Coğrafyası Endemikleri " ve "Zigana Coğrafyası Endemik Kelebekleri Fotoğraf Sergileri ve Bireysel veya karma Resim sergileri, Kamu kurumlarıyla yapılan işbirliği çerçevesinde örneğin Milli Piyango Genel Müdürlüğü ile 19 Ağustos 2015 Milli Piyango Bileti üzerine Zigana Köyünün fotoğrafının ve "Zigana Coğrafyası Korunmaya ve Kollanmaya Muhtaçtır. Unutmayalım." sloganının basılması, Yine T.C. Orman ve Su işleri Bakanlığı, Doğa koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü ile yapılan işbirliği çerçevesinde 10-12 Temmuz 2017 tarihleri arasında Zigana Limni Gölü Tabiat Parkında gerçekleştirilen "1. Milli Parklar Ulusal Foto Kampı" Kültür ve Turizm Bakanlığı ile yapılan ve 11-16 Temmuz 2017 tarihleri arasında Zigana Dağında "Zigana Yayla Kente" gerçekleştirilen "Ev Pansiyonculuğu Kursu" gibi sanat, edebiyat ve yöre halkı ile işbirliği çerçevesinde geliştirilen ekoturizm bilinci sürdürülebilir turizmin somut göstergeleri olduğu ve coğrafyanın destinasyon çalışmalarına katkı sağladığı kanaatindeyiz.

ZDO oluşumuna ve uygulamalarına üniversitelerin akademik destek vermesi halinde bu modelin tüm ülkemizde kurumsal halde uygulanacağı düşüncesi içerisindeyim.

KAYNAKLAR

- Acuner, E. (2015). Zigana Turizm Merkezi'nin Sürdürülebilir Turizm Kriterleri Çerçevesinde Yerel Destinasyon Yönetim Örgütleri Tarafından Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* , s. 62-93.
- Aydın, S. (2015). Ekolojik turizm ve Zigana Doğa okulu Uygulaması. *Doğu Karadeniz Bölgesi sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler kitabı* (s. 567-574). Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi.
- Aydın, S. (2016). Alternatif Turizm ve Zigana Doğa okulu Uygulaması. 1. Ulusal Alternatif Turizm kongresi Bildiri kitabı (s. 459- 467). Erzincan : Erzincan Üniversitesi.
- Aydın, S. (2015). Nuh'un Gemisi Zigana Doğa okulunda. *Zigana Doğa Okulu Dergisi*, Sayı. 2 , s 1-8
- Barlas İmar planlama Müşavirlik Ltd. Şti. (Barlas), (2010). *Doğu Karadeniz Turizm Master Plan*. Ankara:
- Çalık, İ., Kaya, F., Akdu, U. vd. (2013). *Gümüşhane İli Turizm potansiyeli*. İstanbul: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları No:1.
- Dinçer, F. (1996). Sürdürülebilir Turizmin Hayata Geçirilmesi İçin Aktive Olması Gereken Dinamikler ve İşlevler-Model Çalışması. 19. *Dünya Şehircilik Günü Kolokiyumu* (s. 342). İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- Dokap. (2016). *Doğu Karadeniz Projesi (Doka) Eylem Planı*, 2014-2018 [http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Duyuru%20ve%20Haberler/Attachments/669/DOKAP%20Eylem%20Plan%C4%B1%20\(2014-2018\).pdf](http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Duyuru%20ve%20Haberler/Attachments/669/DOKAP%20Eylem%20Plan%C4%B1%20(2014-2018).pdf) , Erişim Tarihi 20.02.2016
- Duran, E. (2010). Sürdürülebilir Turistik Ürün Olarak Türkmen Kültürü: Çanakale Örneği. *11. Ulusal Turizm Kongresi-Kuşadası*, (s. 180-192). Aydın: Detay Yayıncılık.
- Eken, G., Bozdoğan, M. (2016). *Türkiye'nin Önemli Doğal Alanları*. Ankara: Türkiye Doğa Derneği.
- İnan, N. (2008). *TÜBİTAK Bilim ve Teknik* , sayı 493 sayfa 80-83.

- Erüz, Ç. (Ocak 2016). Doğal ve Kültürel Geçit Zigana Coğrafyası. *Zigana Doğa Okulu Dergisi*, Sayı. 3 - s 1-8.
- Karaköse, M., Terzioğlu, S. (2012). *Bitkisel Biyoçeşitlilik*. Trabzon, K.T.Ü- Orman Fak. Orman Müh. Böl.
- Kasapoğlu, A. (2015). Türkiye Kelebek faunası ve Doğu Karadeniz Kelebekleri. *Zigana Doğa Okulu* . Gümüşhane,.
- Keçe, H. (2005). Zigana Coğrafyası. *Atlas* , sayı150-s.13-15.
- Kozak, M. A., Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi, Bursa:* . Bursa: Ekin Yayınevi.
- Kurdoğlu, D.(2001),” Koruma Alanları ve Ekoturizm Karadeniz Bölgesi Açısından İrdelenmesi”, Türkiye Ormancılar Derneği Yayını, Orman ve Av, sayı:4 s.4
- T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı (OSİB) 12. Bölge Müdürlüğü Gümüşhane Şube Müdürlüğü; (2013), “*Gümüşhane İlinde Doğa Turizmi Master Planı 2013 –2023*”, Ankara.
- T.C Çevre ve Orman Bakanlığı (ÇOB) 2006, *T.C Gümüşhane Valiliği il Çevre Ve Orman Müdürlüğü “Gümüşhane Çevre Durum Raporu”* Gümüşhane
- T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (ÇŞB) (2015). T.C. Gümüşhane Valiliği Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü, “*Gümüşhane İli 2014 Yılı Çevre Durum Raporu*” Gümüşhane
- Terzioğlu, S. (2014, 08 ,17). Zigana Dağları Bitkisel Biyoçeşitlik Bakımından Önemi. *Zigana Doğa Okulu* . Gümüşhane.
- Torlak, H., Vural, M., Aytaç, Z. (2010). *Türkiye'nin Endemik Bitkileri*, . Kültür ve Turizm Bakanlığı .
- Turna, İ. (2014, 08, 17). Zigana Havzası ormanları ve Bölge İçin Önemi. *Zigana Doğa Okulu* . Gümüşhane,
- Üçüncüoğlu, A. G. (2008). *Hittiler-Cumhuriyete Maden Yurdu Gümüşhane*. Gümüşhane.
- Üçüncüoğlu, A. G. (2007). *Zigana Dağı Efsanesi*. Torul, Gümüşhane.
- www.gelecekturizmde.com (2017) . *Sürdürülebilir Turizm Nedir? - Gelecek Turizmde*, www.gelecekturizmde.com/gelecek-turizmde/surdurulebilir-turizm-nedir/ Erişim Tarihi, 13.08.2017
- www.gumushane.gov.tr. (2017). *Turizm Genel Bilgiler*, <http://www.gumushane.gov.tr/turizm-genel-bilgiler> Erişim Tarihi, 12.08.2017
- www.gumushane.gen.tr. (2017). <http://www.gumushane.gen.tr/v2/gumushane/karadenizde-en-fazla-endemik-bitki-turu-gumushanede-h15802.html#axzz4y4RCCIRP>. Erişim Tarihi, 30.10.2017
- www.zigana.org: (2017). <http://www.zigana.org/index.php/zigana-koyu/45-zigana-ve-turizm> Erişim Tarihi 07.08.2017

ZİGANA KÖYÜ'NÜN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM POTANSİYELİ

Savaş AYDIN
Zigana Doğa Okulu
info@ziganadogaokulu.org

Özet

Bu araştırma, Zigana Köyü'nün sürdürülebilir turizm potansiyelini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda köyde bulunan tarihi, doğal ve kültürel varlıklar ve bunun yanında yapılmakta olan sosyal ve sportif olaylar tespit edilmiştir. Köyün ve bölgenin turistik cazibesi ortaya konulmuştur. Diğer yandan geliştirilebilecek ancak mevcut koşullarda eksikleri olan turizm çekicilikleri belirlenmiştir.

Yapılan araştırmada "Tarihi İpek Yolu" üzerinde bulunan köyün, tarihi ve kültürel değerleri florası ve faunasının oldukça yeterli ve çeşitli olduğu görülmüştür. Zigana Köyü'nde bulunan kültür merkezi Zigana Doğa Okulu'nun içerisinde yer alan, bitki müzesi, ayrıca "Gümüşhane Elmaları Müzesi" yanında doğa ve doğa sporları gibi alternatif turizm potansiyel varlığı bulunmaktadır. Yine, köyün çarşısı mevkiinde bulunan "Güneş Sanat Merkezi" de farkındalık yaratmaktadır. Antik çağdan beri yerleşim yeri olan ve bu nedenle kültürlerin, kervanların ve ekosistemlerin geçiş merkezî olması da köye nadir bir konum sağlamaktadır.

Anahtar Sözcükler: Zigana , Bitki Müzesi , Zigana Doğa Okulu, Gümüşhane Elması Müzesi, Sürdürülebilir Turizm.

ZİGANA VILLAGE SUSTAINABLE TOURISM POTENTIAL

Abstract

This research aims to explain Zigana Village's sustainable tourism potential that's processed. In this purpose; historical, natural, cultural, social and sportive things are detected in the village. Its turistic beauty has been shown. On the other hand, turistic beauties that are improvable but also current situation has also been declared.

In this research it is seen that the village is on the Silkroad, village has is enough flora with its diveristy of historic and cultural structure. Besides, especially the herbarium which is inside the Zigana Nature School in Zigana and the "Gümüşhane Elmaları Museum" has the potential of nature and nature sports. Also the "Güneş Sanat Merkezi" which is in the center of the village raise awareness. Zigana Village is a settlement since the ancient ages and for this reason, it is a transition for caravans, and ecosystems provides the village a rare position.

Keywords: Zigana, Herbarium, Zigana Nature School, Gümüşhane Apple Museum, Sustainable Tourism.

1. GİRİŞ

Türkiye'nin Doğu Karadeniz Bölgesinin kuzeyinde yer alan yüzölçümü toplam 6,575 [km²](#) olan Gümüşhane ili Torul ilçesine bağlı 37 köyden birisi olan Zigana köyü, ilin ve İlçenin kuzeyinde yer almaktadır. Coğrafi konumu itibariyle de doğu-batı arasında geçişi sağlayan tarihi ipek yolu üzerinde konumlanmış, her uygarlıktan bir parçayı bünyesinde barındıran eşsiz doğal ve tarihi değerleri olan Köy 40° 36' 47.8800" enlem ve 39° 21' 56.5200 boylamdadır (haritamap.com) ve aynı zamanda Trabzon- Gümüşhane sınırında yer alır. Adeta sınır çizgisidir. Köy adını aldığı Zigana dağının güney ve güneydoğu eteklerinde, zirveden 3.5 km aşağıda 1400-1700 rakım aralığında yer alan şekliyle bir amfi tiyatrodur. Köyün kuzeyinde sınır olduğu Trabzon ilinin, Maçka ilçesi, Hamsiköy köyünden, İran - Trabzon kara yolunun , Çifte köprüler mevkiinden başlayan sınıрыyla ayrılarak Balihor tepe, Kukul tepe, Kurugöl tepe, Tuzlak tepe ve adile mezra adlı nigreni noktalarının tepeyi takip edilerek sonlanır (Üçüncüoğlu, 2007 Torul, s.21, ÇŞB , 2014).

Doğusunda Atalar Köyü (Cimera), güneyinde Cebeli Köyü (Ayfoga) ve Harmancık Köyü , Güneybatı Köprübaşı Mahallesi, Batı, Kuzeybatı ve Güneybatı tarafında Köstere Köyü yer almaktadır Zigana Köyü'nün doğu-batı yönünde 20 Km, kuzey- güney yönünde ise 14 Km sınırları bulunmakta ve toplam 4168 hektar alanı kapsamaktadır (Gümüşhane Tapu Kadostura Müdürlüğü). Bu coğrafi bölge içinde 7 adet Mahalle 5 adet büyük yayla (Saronoy, Değirmentaş, Naharci, Merhiba, Zigana Yaylası)

6 adet mezra (Mandıroba, Çayköy, Lendap, Çayırcık, Harmanlık, Vizoronda) bulunmaktadır (Üçüncüoğlu, 2007, s.21).

Zigana dağları 2032 m rakımdan geçit vermesi dolayısı ile antik çağdan bugüne Doğu Karadeniz'in en önemli ekolojik, ekonomik ve kültürel geçit noktasıdır. Bu geçit Karadeniz ile Doğu, İç Anadolu kültürlerini hem ayıran ve hem de birleştiren kapıdır (Erüz. 2016, 7)

Antik çağdan günümüze yerleşim yeri olduğu bilinen Zigana Köyü ile ilgili olarak , 2004 yılında yapılan Gümüşhane yüzey araştırmalarında, Zigana Koçlar Mahallesi Camii, Zigana Köyü Hanı, Zigana, İpek Yolu Köprüsü tanımlanmıştır (Çiğdem, S-Özkan, H, Yurttaş, H. Öztürk N. 2005, 64-65), yine benzeri çalışmalarda , Zigana Köyü Köprüsü ve Zigana Köyü Bekiroğulları Mevki Köprüsü de tanımlanmıştır (Özkan, Yurttaş, 2012, 178-179). Zigana Köyünün 700 m. batısında konumlanan Zigana Kalesi orta çağa aittir (Çiğdem, 2008, 60).

Köy içerisinden geçen Trabzon – Erzurum-İran (Tarihi ipek yolu) 1989 yılında güzergah değişikliği nedeniyle 3 km batıya kaydırılmış olup asfalt bir bağlantı ile köye birleştirilmiştir. Zigana tüneline Torul'a kadar devam eden ve köy içerisinden geçen eski karayolu ile de köye ulaşılmaktadır. Köy içerisinde yer alan mahallelere de ulaşım vardır. Bu yollardan özellikle Zigana tüneli, Zigana dağı geçidi, üzerinden meşhur karaca mağarasına ulaşmakta oradan da ikisu (Harava) mevkiinde devlet yoluna birleşmektedir. Yaklaşık 25 km uzunluğundaki yolun ortalama 2 000 m rakımda çam ormanları içerisinden ilerlenmesi ve çok geniş görüş ufkuна sahip olması, çok sık aralıklarla buz gibi doğal kaynak sularının, çeşitli yaban hayvanları ile yüzlerce bitkinin bulunduğu bu yolda araçla veya yaya gezinti insana huzur, güven, cesaret ve mutluluk verir. Bu güzergâh aynı zamanda ZDO'nun tur programında yer almaktadır. Onar kişilik guruplarla bu tur rotası bisikletli ve yürüyüş grupları olmak üzere yerel rehberlerle yapılmaktadır. Adına da “Cennet Yürüyüşü” rotası denilmektedir.

Bölgede Asurlular, Urartular, Medler, Pers Krallığı, Makedonlar, Pontus Krallığı, Roma İmparatorluğu, Emeviler, Selçuklular ve Osmanlı İmparatorluğu hüküm sürmüştür (Aydn.2016,s.461).

Köyün Torul'a uzaklığı 13 km, Gümüşhane iline olan uzaklığı 35 km, Trabzon iline olan uzaklığı 60 km dir. Doğu Karadeniz'in en önemli dağ ve yayla turizm merkezleri olan Sümela Manastırı, Kadirga, Zigana Dağı , Cami Boğazı ve Ayaser Yayları ile karaca mağarası köyün etrafında adeta bir çember oluşturmaktadır, limni gölü ve Saronay Yaylası da bu çemberin içerisinde yer almaktadır. Zigana Dağında aktif kayak pisti ve kayak alanları kış turizmi için uygun potansiyele sahiptir. Ayrıca yamaç paraşütü, botanik ve fotoğraf safarileri, safari turlarını, doğa yürüyüşleri, Kuş ve Kelebek Gözlemciliği, botanik turizmi için ideal alanlar mevcuttur (Üçüncüoğlu, 2007, 27-28).

Zigana Havzası; Genel olarak Zigana (Kalkanlı) köyünden oluşmakta olup, Gümüşhane ilinin kuzeyinde yer almaktadır. Havza yaklaşık olarak 1136 - 2115 metre arasındaki yükselti kuşakları arasında yer almaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde tüm bakı gruplarını (gölgeli ve güneşli bakılar) içermektedir. Bakı da olduğu gibi eğim ve toprak yapısı bakımından da çeşitlilik gösteren Zigana havzası bitki örtüsü bakımından da kendin özgü çeşitlilik göstermektedir (Turna, 2015, 4).

Zigana geçidi (2032m) ve Zigana Dağı silsilesi Karadeniz iklimi ile Doğu Anadolu ikliminin geçiş noktasındadır. Dağın kuzey yamaçlarında her mevsim yağışlı ve ılıman Karadeniz iklimi hâkim iken, güney yamaçlarında ve ardında kurak, yazları sıcak, kışları çok soğuk karasal iklim hakimdir. Kuzey yamaçları yılda 1000 mm üzerinde yağış alırken güney yamaçları 500 mm ve altında yağış alır. İklim, rakım, bakı, jeolojik yapı ve toprak yapısına bağlı olarak dağın güney ve kuzey yamaçları yüzlerce farklı türde kendine has, pek çoğu endemik bitki ve hayvan barındırır. Dağların kuzey yamaçları her daim yeşil ve yoğun ormanlarla kaplı, buna karşın güney yamaç ormanları daha seyrek. Buna karşın Karadeniz'in nemli havasını engelleyen Zigana Dağları ile Doğu Anadolu'nun şiddetli soğuklarının gelmesini engelleyen Kop Dağı arasında kalan Gümüşhane dünya üzerinde ender yörelerde görülen, mikro klima özellikli bir iklime sahiptir(Eruz.2016, 7).

Zigana havzasının orman yapısı incelendiğinde, toplam ormanlık alanı 2121.9 hektar (%66,55) olup 820 hektarı (% 38.64) bozuk, 1301,9 hektarı (%61.36) verimli ormandır. Orman olmayan, açıklık-tarla ve yerleşim alanı ise 1066.3 hektar (%33,45) dır. Genel olarak bakıldığında, büyük çoğunluğu

ormanlık olan havzanın üst kısımlarında mera ve otlak alanları, orta kısmında ise orman ve tarımla iç içe yerleşim alanları bulunmaktadır(Turna, 2016. 4)

Zigana Köyü Zigana dağ sırasının güneyinde yer almaktadır. Köyde tarım yapılabilecek alanların büyük çoğunluğu eğimli arazilerden oluşmaktadır. Köy yüzölçümünün yarısına yakın kısmını orman arazisi kaplamaktadır. Tapu kayıtlarına göre; içerisinde yapılarında bulunduğu toplamda kayıtlı tarla alanı 2,376 Dekar, Bahçe alanı 242 dekadır. Köye kayıtlı mera alanı 7.946 dekadır (GİGTHM)

Zigana Köyü Karadeniz iklimi kuşağı etkisinde olmasına rağmen Doğu Anadolu Karasal iklim kuşağı özelliklerini de göstermektedir. Uzun yıllık ortalama sıcaklığı yaklaşık olarak 5⁰C, maksimum sıcaklığı yaklaşık olarak 15 ⁰C ve minimum sıcaklığı yaklaşık olarak -7 ⁰C civarındadır. Yıllık ortalama kar örtülü gün sayısı yaklaşık 68 gündür. Yıllık ortalama hakim rüzgar yönü Güneybatı, Batı'lı yönlerdedir. Yıllık ortalama rüzgar şiddeti 2 m/sec civarında hafif esinti şeklindedir. Yıllık ortalama toplam yağışı 850mm civarındadır. Günlük toplam güneşlenme süresi 6 saat civarındadır (Oguz,2016, 1-4).

Zigana Köyünün turizm potansiyelini oluşturan tarihi ve coğrafi varlıkların yanı sıra kültürel ve sportif olgular da bulunmaktadır. Gün geçtikçe turizm eğilimlerinde doğaya yönelim artmaktadır. Kentsel yoğunluğu atmak isteyen insanlar kitle turizminin alternatifi olan ve birçok farklı adla tanımlanan doğa turizmi, eko turizm, yeşil turizm, kırsal turizmi (Demir ve Çevirgen, 2006; Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008) Zigana Köyünde uygulamak mümkündür. Bunun yanında Zigana Köyünün kendine has birçok kültürel ve folklorik özellikleri de bulunmaktadır.

2.1 ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Zigana Köyü'nün, doğal güzellikleri, faunası, florası, kervanların, kültürlerin ve ekosistemlerin geçiş merkezi olması, tarihi, coğrafi ve kültürel başta olmak üzere birçok turizm cazibesi olabilecek arzı bulunmaktadır. Turizm ve globalleşme ile birlikte oluşan sanayi birbiri ile zıt kavramlardır. Özellikle alternatif turizm çeşitlerini değerlendirme içi tutuğumuzda , Globalleşmenin getirdiği sanayinin olduğu yerde turizm, turizmin olduğu yerde sanayi olmaz. Bu nedenle Zigana Köyünün sanayi bölgesi olmaması, köyün doğal güzelliklerini koruduğunun ve gelişmemiş olduğunu da ifade etmektedir. Hem köyün gelişmesine katkı sağlamak hem de bu potansiyeli ortaya çıkarmak açısından böyle bir çalışma gerekli görülmüştür. Bu gerekçe ile araştırma Zigana Köyünün turizm potansiyelini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Turizm potansiyelinin ortaya konmasının kültürel, sosyal, sportif ve ekonomik katkıları olacağı düşünülmektedir. Bu sayede, bölge insanının kalkınmasına katkı sağlanabileceği bu katkının diğer köy ve ilçelere de yansıtacağı böylece ilin ve dolayısıyla çevre illerin de etkileneceği umulmaktadır. Bütün bu çalışmaların da, koruma ve kollama dengesi içersinde sürdürülebilir ölçekte yapılmasının fayda sağlayacağı öngörülmektedir.

2.2 MATERYAL VE YÖNTEM

2.2.1 Materyal

Araştırma alanı olarak Gümüşhane'nin Zigana Köyü seçilmiştir. Araştırma kapsamında Köyün sürdürülebilir turizm potansiyeli incelenmiş ve mevcut turizmin geliştirilmesi için yapılması gerekenler üzerinde durulmuştur. Bu çalışmada cevap aranan sorusu, “**Zigana Köyünde yaşayan yerel halka göre, Zigana Köyünde turizmin gelişmesi ve sürdürülebilir turizmin için neler yapılması gerekmektedir?** “

Araştırmanın materyali; Zigana Köyün'de yaşayan yerel insanlarla yüz yüze uygulanmış olan derinlemesine mülakatlardan gelen veriler üzerine oturmaktadır. Mülakatlar, Araştırma sürecinde yerel halkla ve yerel yönetim temsilcileri, STK'lar ve kanaat önderleri ile derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Mülakatlarda yarı yapılandırılmış soru tekniği kullanılmıştır. Bu sayede araştırma konusunun dışına çıkılmadan özgün ve sistematik görüşlerin alınması sağlanmıştır (Karasar, 2005). Mülakatların yorumlanması ve somut bir çıktıya dönüşebilmesi (Gökçe, 2006) için elde edilen görüşler yorumlanmıştır.

2.2.2 Yöntem

Bu çalışmanın yönteminin ana temeli; yarı yapılandırılmış soru formuyla hazırlanmış niteliksel derinlemesine mülakatlardan gelen veriler üzerine oturmaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. 07-12.08.2017 tarihlerinde yapılan mülakatlarda görüşülen kişilerin bilgisi dahilinde ses kaydı yapılarak verilere ulaşılmıştır. Araştırma sonucuna kadar daha sağlıklı veriler elde edebilmek için nitel araştırmalar belli bir standart süre ile sınırlı tutulmamıştır. Verilerin toplanması Yıldırım ve Şimşek (2008)'in belirtmiş olduğu gibi nitel araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular nicel araştırmada olduğu gibi dışarıdan nesnel olarak gözlemlenebilen gerçeklerden çok araştırmaya katılan bireylerin algıdır. Bir nitel araştırmacının görüştüğü bireyin söylediklerinin tamamıyla doğru olduğunu ya da olayları tam olarak yansıtabildiğini kanıtlaması çoğu zaman mümkün olmayabilir. Ayrıca, her insanın kavramsal düşünme biçimi bir diğerinden farklı olabilir. Sonuç olarak, nitel araştırma sonuçlarının genellenmesi ve doğruluğunun tam olarak saptanması mümkün değildir. Derinlemesine mülakatların sonuçlarını analiz ederken toplanan verilerin özgün 'orijinal' formuna mümkün olduğu kadar sadık kalınmıştır. Araştırmadan elde edilen veriler betimsel bir yaklaşım ile gerek görüldüğü yerde doğrudan alıntı yapılarak çalışmaya aktarılmıştır.

2.3 Literatür Özeti

Literatürde Zigana Köyünün Sürdürülebilir turizm potansiyeli konusunda bir çalışma yapılmamıştır. Zigana Köyüne yönelik yapılmış olan çalışmalara kaynakçamızda ayrıca belirtilmiştir. Zigana Doğa Okulu dergisinden ve Zigana Doğa Okulunda yapılan eğitimlerden ağırlıklı olarak faydalanılmıştır.

3. BİLGULAR VE TARTIŞMA

3.1 Zigana Köyü'nün Turizm Potansiyeli

Zigana Köyü'nün turizm potansiyeli turizm çeşitleri konu başlıkları altında incelenmiştir. Birçok turizm çeşidi için hali hazırda arz bulunmakta iken özellikle alternatif turizm, ekolojik turizm doğaya dayalı turizm çeşitlerinin yapılabileceği bölgeler bu yazımızda önerilmiştir.

Tarih ve Kültür Turizmi: Zigana Köyün de turistik değeri olan birçok mimari eser bulunmaktadır. Bu eserler türlerine göre, 3 adet köprü, 1 adet cami, 1 adet antik dönemden kalma kale kalıntısı, 1 adet kervansaray, 1 adet şehitlik, 1 adet anıt mezar, 1 adet tabiat parkı, 1 adet Kış Sporları ve Turizm merkezi, 1 adet Bitki Müzesi, 1 adet kültür merkezi Zigana Doğa Okulu olmak üzere , toplam 12 adet kültür ve turizm varlığı mevcuttur.

Zigana Coğrafyasının kuzeyi alpin çayırarla kaplı yaylaları, gür ormanlar ve uçurumlar, hırçın dereleri ve vadilerinin kısıtlı da olsa verimli tarım alanları ile yerleşime uygun yamaç ve dar vadi taban ovaları, tarih boyunca yerel kültürlerin oluşup gelişmesine olanak sağlamıştır. Çok geniş yaylalara sahip olan bölgede iklimsel avantaj ile antik çağdan günümüze, hayvancılık önemli bir ekonomik güç olmuştur.

Zigana Köyü, jeolojik yapıya bağlı çok zengin değerli maden yataklarına (Altın, Gümüş, Bakır, Çinko, demir vb.) sahiptir. Bu maden yatakları bölgeye ve bölge dışına yoğun insan göçlerine neden olduğu gibi antik çağdan günümüze sürekli çatışmalar sahne olmuştur. Anadolu da hâkim olan hemen tüm büyük uygarlıkların idari ve kültürel egemenliğini yaşamış bir coğrafyadır.

Zigana coğrafyası doğal zenginlikleri yanında Antik çağın İpek Yolu ve sonraki çağlarda kullanılan kervan yollarının en kısa mesafede denize ulaştığı yer olan Trabzon Limanına yaz kış her mevsim ulaşmayı sağlayan geçitlere sahiptir. Bu geçitler ve kervan yolları bölgeden çıkan madenlerin taşınmasında kullanılırken, aynı zamanda kervanlarla yapılan ticaret bölge yerleşimlerine önemli zenginlik ve refah sağlanmıştır(Eruz.2016, 7). Ayrıca, medeniyetler yolu üzerinde bulunan Zigana köyü'nden sadece ipek yolu geçmemekte, Onbinlerin Göç yolu, Kral yolu, Markopolo Yolu, Katırcı Yolu, Osmanlı Topçu yolu gibi tarihi yollar da geçmektedir (Gümüşhane Valiliği, 2010).

Zigana Coğrafyası, Zigana Köyü ve Değirmendere ve Kurum vadilerinde olduğu gibi dağın diğer vadilerindeki yerleşimler, çok sayıda doğal ve tarihi değeri bünyesinde barındırmaktadır. Doğal ve kültürel açıdan marka değeri olan Zigana Coğrafyasında, bozulmamış doğal kayalık, orman, alpin çayır, dere, göl vb. ekosistemler, Zigana geçidi ve köyü, Karaca mağarası, Kurum- İmera tarihi yerleşimleri, Maçka ve çevresi doğal ve tarihi değerleri ile bir bütün olarak koruma kullanma dengesi içerisinde mutlaka koruma altına alınarak, sürdürülebilir turizm, ekoturizm kapsamında planlanarak değerlendirilmesi gereken önemli bir havzadır (Aydın, 2016-1, 647).

Zigana Köyü Hanı: Han Torul-Trabzon yolunun 1 Km doğusunda köyün girişinde ana yolun üzerinde handan adını alan Handeresi mahallesinin girişindedir. Hanın kuzeyinden kalenin deresi ve batısından hanın deresi geçmektedir. XVI-XVII Yüzyıl Osmanlı Dönemi eseri olarak kabul edilmekle birlikte (Gürşever,1975) köylüler tarafından büyük bir bölümü tahrip edilmiş ve kullanılamaz durumdadır.

Plan ve mimari özellikleri, 16.00 mx 12.80 m. Ölçütlerindedir (Çiğdem- Özkan-Yurttaş- Öztürk , 2005 s.57-70) büyük ölçüde tahrip olmuş, üzerinde kitabesi bulunamamış olduğundan orijinal ismi konusunda da bilgi yoktur. Yapı derinlemesine üç sahanlıdır. Tuğladan beşik tonozlarla kapatılan hanın önünde bir avlunun varlığı izlenebilmektedir. Çünkü dikdörtgen mekanın Önünde bulunan duvar kalıntısı bu kısımda başka bir mekanın varlığına işaret etmektedir(Özkan- Yurttaş, 2012, 178-179). Hanın yapımında sarı renkli düzgün kesme taşlar kullanılmış olup kaynaklarda yapının inşasında antik Zigana köprüsünün taşlarının kullanıldığı belirtilmektedir(Uslu, 1980, s.30).

Zigana Köyü Maruflu Camisi (Koçlar mahallesi Camisi): Cami Koçlar Mahallesi'ndedir. Cami üzerinde 1010 tarihli, sonradan yazılmış bir levha bulunmaktadır. Yöre halkı caminin 400 yıllık olduğunu belirtirken, yazılan 1010 tarihi Hicri olarak kabul edildiğinde 1610 Miladi tarihine denk geldiği görülür. Ancak mimari özellikleri bu yapının XIX yüzyıla ait olacağına işaret etmektedir. 8.48 m. X 7.90 m. Kareye yakın ölçülerdeki cami, ortada kubbe dört yanda tonozların bulunduğu bir şema gösterir (Çiğdem- Özkan-Yurttaş- Öztürk , 2005 s.57-70).

Caminin batısındaki bahçede Ermeniler tarafından katledilmiş yedi kişinin mezarı bulunmaktadır (Özkan-Yurttaş,2012 s.137-138). Caminin önünde bulunan bahçenin içerisinde yer alan 1918 yılında Ermeniler tarafından katledilen (7 adet)şehittin bulunduğu mezarlık alanı da, 2014 yılında Anıtlar üst kurulunca tescil edilmiştir.

Zigana İpek Yolu Köprüsü: Zigana dağı eteklerinde tarihi ipek yolu üzerindeki köprülerden biridir. Zigana köyünün 1.5 km kuzeydoğusundadır, XIIX-XIX yy. yapıldığı , Tarihi yol üzerinde bulunan köprü ,Plan ve Mimari özellikleri 15.20 m uzunluğunda 2.95 m genişliğinde 4.5 m yüksekliğine sahip yuvarlak kemerli tek gözlü köprüdür(Çiğdem- Özkan-Yurttaş- Öztürk , 2005 s.57-70). Köprü kemeri düzgün kesme taş diğer yerler moloz taş malzeme ile yapılmıştır. Köprü'nün devamında antik yolun izlerine rastlanmaktadır. Taş döşeli yol aralıklarla takip edilebilmektedir. Bu köprü'nün üzeri de orijinal taş döşelidir, köprüden eski tarihi yol takip edilerek Maçka'ya ulaşılmaktadır, köprü kemeri düzgün kesme taştan diğer yerler moloz taş malzemedendir (Özkan-Yurttaş,2012 s.137-138). Bu gün dahi köylüler tarafından kullanılmakta, Doğa ve Dağcılık Kulüpleri tarafından sürekli ziyaret edilmektedir.

Zigana Köyü, Bekiroğulları Mevkii Köprüsü: tarihçesi XX. YY olan bu köprü'nün Plan ve Mimari Özellikleri de köyde o dönemde yapılan yapılarla ortak özellikler taşımaktadır. Zigana Köyü yolu üzerinde kurulmuş, 10.20 m uzunluğunda 6.30 m genişliğinde ve 3.30 m yüksekliğinde yuvarlak kemerli tek gözlü bir köprüdür, Köprü kemeri açıklığı diğer köprülerden az olup düzgün kesme taş ile inşa edilmiştir. Köprü üzerinde beton tabliye atılmış eski köprü yeni yolun altında kalmıştır. Günümüzde araç ulaşımı bu köprü üzerinden sağlanmaktadır (Özkan-Yurttaş,2012 s.204). Yol altında kalmakla beraber köprü özelliğini devam ettirmekte ve üst beton tabliye hariç diğer özellikleri aynen korunduğu görülmektedir.

Zigana Köyü Köprüsü : Yeni Zigana Köyü yolu üzerine kurulmuş Zigana Köyü Güneş Sanat merkezinin hemen yanındadır tarihçesi XX.YY'dır. Kültür bakanlığı tarafından restorasyonu yapılmış 28.60 m uzunluğunda, 6.30 m genişliğinde ve 9.20 m yüksekliğinde yuvarlak kemerli tek gözlü bir

köprüdür, köprü kemeri düzgün kesme taş diğer yerler moloz taş malzeme ile yapılmıştır. Restorasyondan sonra tüm kesme taş kaplama olarak değiştirilmiştir, günümüzde halen sağlam ve kullanılmaktadır (Özkan-Yurtaş,2012 s.204).

Köyde mevcut üç adet köprü başlı başına bir turizm değeri taşımaktadır. Zigana Köyü veya köprüsü üzerindeki alan sosyal amaçlı buluşmalar için kafe ve canlı performans alanı olarak kullanılabilecek durumdadır.

Zigana Kalesi; Gümüşhane-Trabzon yolundan 1 km içeride, Zigana Köyünün 700 m. batısında konumlanan ve Orta Çağ'a tarihlendirilen Zigana Kalesi, Köyün Kalederesi denen mevkide dik yamacındaki tepede kalıntıları bulunmaktadır. Defineciler tarafından kazı amaçlı olarak yıkılmıştır. Bulunduğu bölge olarak halen maden ocağı bulunan ve maden müzesi yapıma potansiyeline sahip olan bu bölgede bulunan kale ile ilgili olarak tarih sayfalarında bölgeden geçen seyyahların notlarında sıkça bahsedilen bir kaledir.

Alman seyyah Clavijo şöyle bahsetmektedir. “Gayet güzel ormanlar ve mükemmel yollar içinden ilerliyorduk. Yalnız yolun bir kısmını güçlüklerle geçebildik. Çünkü bir tepeden aşağı inerken yol bozulmuş adeta kapanmıştı. O geceyi açıkta geçirdik. Salı günü yolumuz yüksek dağlara doğru uzanıyordu. Ortalık kar içindeydi. Bundan başka birçok mecralar aşmak icap ediyordu. Akşam üzeri Zegan (Zigana) kalesine vardık. Yüksek bir tepe üzerindeki bu kalenin yegâne girişi, civardaki bir kayanın üzerindeki kale kapısına kadar uzanan bir köprüdür. Burada Kyril Cabasica adında bir Rum’un adamları bulunuyordu.”(Saylan, 2015,48)

Zigana Çığ Şehitleri Anıtı: 25 Ocak 2009 tarihinde 2 bin 100 rakımlı Zigana Dağı’nda yürüyüşe çıkan Trabzon Tenis Dağcılık Kayak İhtisas Kulübü (TEDAK) üyesi 17 doğaseverin çığ altında kalmış bunlardan 10 kişi hayatını kaybetmiştir. Bu merhum dağcılar anısına Trabzon- Gümüşhane yolunun Trabzon dan Gümüşhane’ye giriş yönünde Zigana tüneline 150 m mesafede ve Zigana dağının eteğinde Merhum dağcıların can verdikleri yerde onları ölümsüzleştirmek adına, Gümüşhane valiliği tarafından 7 metre yüksekliğinde , kadesiyle birlikte 9 metre. Yaklaşık 1.5 ton ağırlığında, Fiberglas malzemeden üretilen anıtın ön yüzünde, ölen 10 dağcının ayak izlerini simgeleyen 20 ayak izi ve üzerinde 'çığ düşme' kompozisyonu var. Anıtın arka yüzünde ise ölen 10 dağcının isimleri ile ölüm tarihleri yazılıdır. Her yıl düzenli olarak anılan dağcıların doğa severler için önemli bir mabet olduğu ortadadır.

3.2 Bölgenin ekolojik önemi ve ekolojik turizm potansiyeli

Zigana Köyünün turizm potansiyeli turizm çeşitleri başlıkları altında incelenmiştir. Birçok turizm çeşidi için hali hazırda arz bulunmakta iken özellikle doğaya dayalı turizm çeşitlerinin yapılabileceği yerler önerilmiştir.

Özellikle Gümüşhane ilinde doğa, yayla, kış ve spor turizmi gerçekleştirilebilecek birçok alan bulunmakta ve bu alanlara olan ilgi sürekli artmaktadır. Bu bağlamda Zigana Coğrafyası yılın 12 ayında doğa, yayla, kış ve spor turizmi açısından önemli bir konumdadır. DOKAP Bölgesindeki yaylaları üst kottan birbirine bağlayacak olan Yeşil Yol Projesi (Dokap, 2016, s.43-54), kapsamında, Doğu Karadeniz’in en önemli dağ ve yayla turizm merkezleri olan Kadırğa, Zigana, Cami Boğazı ve Ayeser Yaylaları ile Karaca Mağarası, Sümela Manastırı, Zigana’nın etrafında adeta bir çember oluşturmaktadır (www.zigana.org: 2016).

Dünya jeoloji mirasının önemli bir parçası olan Karaca mağarası ve farklı büyüklükte 30’un üstünde mağara sistemi ve Artabel Doğa Parkı’nın Gümüşhane İli sınırları içerisinde bulunması ve bunların birer jeosit alanı olarak tescillenmesinin önerilmiş olması da, havzada ekoturizm potansiyelinin önemli bir göstergedir (İnan, 2008, s. 80-83).

Adını Zigana Dağı’ndan alan Zigana Köyü, kervanlara yol gösteren, konaklatan ve kervanların ihtiyacı olan ürünleri pazarlayan, en az 1000 yıllık yerleşim olması yanında birçok tarihi eseri de bünyesinde barındırmaktadır. Ayrıca, antik kervan yolu kalıntısı ve kalesini, Doğu Karadeniz’de tek Selçuklu Kervansarayını, biri antik diğeri Osmanlı dönemi iki kemer köprüyü, Maruflu Camisi (Selçuklu veya Osmanlı dönemine ait özgün mimari yapı camii), Tarihi maden ocakları (Zigana eski bir madenci

yerleşimidir), özgün yöresel mimari ürünü evleri ile korunması gereken bir tarih, doğa ve kültür havzasıdır (Erüz, 2016, s 7).

Bu coğrafyanın, Doğu Karadeniz'den, Doğu Anadolu'ya doğal geçit özelliğinde olması nedeniyle, endemik tür çeşitliliğiyle birlikte, florası ve faunası ile eşsiz bir doğaya sahiptir. Bu yönüyle de endemizmi zengindir (Aydın, 2015, s. 570).

Zigana dağlarının bitki örtüsünde Kuzey yamaçları, Doğu Karadeniz Köknarı, Doğu Ladini, Akçağaç, Huş, Kayın, Sakallı Kızılağaç, Adi Gürgen, Anadolu Kestanesi, Adi Fındık, Ceviz, Titrek Kavak, Trabzon çayı, Kafkas Ihlamuru, Meşe, Karayemiş, Hanımeli, Ormangülü, Kuş üvezi, Tüylü Kartopu gibi türler ve diğer otsu bitki türleri barındırır (ÇŞB, 2015, s. 63). Geniş adi gürgen, kestane, doğu kayını ormanları ve büyük çeşitlilik içeren geniş yapraklı ve Rhododendron ağırlıklı çalı toplulukları alpin mera ve çayırliklar ve çok yüksek zirvelerde alpin göl taşlık yamaç ve sarp kayalık bitki topluluktan bulunur (Eruz, 2016, s. 7).

Zigana Coğrafyası dünya ölçeğinde korunması gereken en önemli 200 bölge ve 23 sıcak noktadan birisi olan Kafkasya ekosisteminin güney batı ucunda yer alır. Zigana Dağı ve çevresi biyoçeşitliliği ve endemizmi ile korunması gereken özel bir ekosistemdir (Eruz, 2016, s. 7).

Türkiye'deki 65 öncelikli kelebek alanından 5 tanesi Gümüşhane sınırları içindedir. Bunlardan bir tanesi de Zigana geçidir. Torulensis, Kelebeği sadece Zigana'ya özgü endemiktir. Gümüşhane ili genelinde 7 adet endemik olmak üzere, 219 çeşit kelebek bulunmaktadır (Kasapoğlu, 2015).

Zigana dağları ve çevresi geniş coğrafyalarda görülebilen, geniş ve iğne yapraklı yağmur ormanları-alpin çayırlar ve yarı kurakçıl sarıçam-geniş yapraklı odunsu ve otsu bitki türlerini kısa mesafede görme, tanıma ve inceleme şansı sağlayan yamaç, vadi, göl ve platolara sahiptir (Eruz, 2016, 7) Zigana Dağları'nın zirveleri aynı zamanda su bölüm çizgilerine karşılık gelmektedir (Özey, 1991, 315-316)

Zigana Köyünün turizm potansiyelini oluşturan tarihi ve coğrafi varlıkların yanı sıra kültürel ve sportif olgular da bulunmaktadır.

3.3 Zigana'nın Yaylaları

Gümüşhane ili Türkiye'nin yaylalar açısından en zengin, illerindedir (Kalaycıoğlu,2002, s.784) Zigana Köyünün bağlı olduğu Torul ilçesinde toplam 56 yayla bulunurken İl genelinde 383 adet yayla bulunmaktadır (Demirel, 2016, s.11). Köy sınırları içerisinde bulunan 5 adet yayladan en bilinen ve adını Zigana dağından alan ve antik çağdan bu güne geçit özelliğini koruyan Zigana Kış Ve Kayak Sporları Turizm Merkezi (ZKKSTM),olarak da faaliyet gösteren Zigana Yaylasıdır. Ayrıca Limni Gölünün bulunduğu Saronoy Yaylası, Merhiba Yaylası, Loriya Yaylası, Eskiköy (Godil, Ragan) Yaylası mevcuttur.

3.4 Zigana Yaylası, Zigana Kış Ve Kayak Sporları Turizm Merkezi (ZKKSTM)

Gümüşhane-Trabzon yolunun 50.km'sinde bulunan Zigana Tünelini geçtikten sonra 3,5 km stabilize yolla ulaşılan Zigana Yaylası 2032 m yüksekliktedir. Zigana Yaylası elektrik, içme suyu, 800 m teleski kayak eğitimi tesisi ve telsiz-telefon haberleşme sistemine sahip olup; yaylada otel, lokanta, kır kahvesi, et lokantası, bakkal, kasap ve manav işletilmektedir. Yaylada düzenlenen şenlikler Zigana Dağı Yayla Şenliği ve Zigana Dağı Kış Şenlikleridir(OSİB, 63).

Zigana'ya Trabzon merkezden 112 km. asfalt yolla ulaşılabilir. Zigana Yaylası aynı zamanda kayak merkezidir. Her türlü alt yapı hizmeti tamamlanmış durumdadır.

Zigana, yaz aylarında çim kayağı, kış aylarında kayak turizmine elverişli ender beldelerimizden biridir. Nemli deniz iklimi ile kara iklimi arasında çok ilginç bir bölge olma özelliği taşımaktadır.

3.5 Saronoy Yaylası, Limni Gölü Tabiat Parkı

Zigana Köyü'nde bulunan Saronay Yaylasındaki Limni Gölü 2000 m yükseklikte yer almaktadır. Etrafındaki zengin orman alanları ve tabiat güzellikleri ile yaz-kış ziyaret edilebilecek göl sağlık turizmi için de iyi bir alternatif oluşturmaktadır.

11.07.2011 tarihinde Tabiat Parkı ilan edilmiş olup 32,50 ha alana sahiptir. Gölün bulunduğu noktada yer alan eşsiz peyzaj ve sahanın pek çok yerinde var olan etkileyici manzara yöreye bu açıdan büyük bir üstünlük katmaktadır (Gümüşhane İlinde Doğa Turizmi Master Planı 2013 – 2023,s.55).

Zigana Kış ve Kayak Sporları Turizm merkezinden stabilize yollarla ayrıca Merkez ilçe Dumanlı Köyü Taşköprü Yaylasını takiben veya Gümüşhane Merkez, Krom Şehri Camiboğazı Yaylasını takiben ulaşılmaktadır. Göl (Çakırgöl Turizm Merkezi) Zigana Turizm Merkezi, Deveboynu Zirvesi, Santa Kiliseler Grubu, Taş Köprü Yaylası, İmera Manastırı, Krom Antik Şehri ve Karaca Mağarasıyla aynı bölgededir (Gümüşhane İlinde Doğa Turizmi Master Planı 2013 – 2023, s. 42)

Limni Gölü, Zigana Coğrafyasında Torul ilçesi Zigana Köyü sınırları içerisinde bulunan 1700 rakımlı Saronay Yaylasındadır. 1999 yılında mesire yeri olarak ilan edilen Limni Gölü 25.06.2004 tarihinde A Tipi Mesire Yeri (A Tipi Mesire Yeri: Yüksek ziyaretçi potansiyeline sahip, çadır, karavan, motor-karavan ve bungalov tipi tesislerle sadece geceleme ve/veya geceleminin yanında günübirlik kullanım imkânı da sağlayan sahaları)statüsüne alınmıştır. Bölgede hakim ağaç türü sarıçam ve ladindir. Yılın belirli mevsimlerinde zaman zaman ayı, tilki, ceylan, karaca gibi yaban hayvanlarına rastlamak mümkündür.

Limni Gölüne 2 farklı güzergah ile ulaşılabilir. Trabzon'dan Zigana kayak merkezine ulaşılan yol güzergahı kullanılabilir. Bu güzergah kullanıldığında uzaklık ortalama 60 km.dir. Zigana kayak merkezini takiben 7 km. sonra toprak yoldan göle ulaşım sağlanır. Ayrıca Torul ilçesi üzerinden eski Trabzon-Erzurum karayolu kullanılarak yaklaşık 16 km. sonra göle ulaşılabilir. Bu güzergah kullanıldığında ise Gümüşhane-Limni Gölü arası uzaklık yaklaşık 40 km.'dir.

Zigana Yaylasından 3 km. patika yolla ulaşılan Limni (Saronay) gölü görülmeye değerdir. Limni gölüne araç ile Kalkanlı Köyü'nde geçen 11 km. asfalt, 8 km. toprak yolla ulaşılabilir. Kalkanlı köyünde, elektrik, su, PTT bulunmaktadır. Yaz kış, bakkal, kasap, manav, kır kahvesi işletilmektedir.

Konaklama-Yeme-İçme: Kayak merkezi olarak kullanıldığından, yaylada her türlü konaklama ve yeme-içme yerleri bulunmaktadır (www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr).

3.6 Güneş Sanat Merkezi

Güneş Sanat Merkezi ; Zigana da bir sanat merkezi mevcuttur yerli yabancı birçok turistin ziyaret ettiği güneş sanat merkezini Azmi AYTEKİN faaliyete geçirmiştir. Çeşitli figürlere benzeyen doğal kökler ve Azmi AYTEKİN'in resimleri sanat merkezinde sergilenmektedir.

El işçiliğinin halen devam ettirildiği ve geçmişini halen koruyan orijinal faaliyetini sürdüren demirci atölyesi görmeye değer yapılandırdır, Zigana'nın girişinde bulunan (Eski hanlar mevki) kükürtlü suyunun özellikle cilt hastalıklarına iyi geldiği, Saronay Yaylasında ve köy içeride yer alan Gonazi doğal maden sularının sağlık ve içilmeye değer olduğu bilinmektedir. Ayrıca köyün doğal ve ekolojik yapısını koruduğu bir tanesi çarşının üzerinde Zeki dayının değirmeni olarak bilinen, diğeri çarşının altında hanın deresi mahallesinde Gosere'nin değirmeni olarak bilinen iki adet su değirmenleri ki bu değirmenlerin su kanalları antik çağdan kalma olduğu da bilinmektedir (Üçüncüoğlu, 2007, 27-28).. Turizm açısından ve köy kültürü açısından önemli değer taşımaktadır. Bu su değirmenleri aslına uygun restore edilerek turizm kazandırılabilir.

3.7 Zigama Köyü Akarsuları

Köy sınırları içinde çıkan bir çok dere mevcuttur. Zigana derelerinin hepsi içilebilir durumdadır. Bu derelerden köyün içme su ihtiyacı karşılanmaktadır. Hepsi köyün ormanları içerisinde çıkmakta ve her birinin ayrı doğal güzellikleri ve ekosistemleri mevcuttur. Dere boyları doğa yürüyüşleri için uygun yerlerdir Bu derelerden en çok bilinenleri çubuklar mahallesinde bulunan Okşat Deresi, Işıklar mahallesinde, Larda Deresi - Kamışlık Deresi, Koçlar mahallesinde bulunan Lazutluk (Behram) Deresi, Maden Mahallesinde bulunan Kalenin deresi, tüm dereler köyün Torul çıkışında bulunan Handeresi mahallesinde girişinde iki ayrı ana kol olarak gelir Kervansaray (eskihanlar) mevkiinde birleşir ve Zigana deresi adını alır ve buradan Torul' ilçesi içinden geçen Harşit nehrine ulaşarak katılır. Hali hazırda akar halde olan bu derelerin tamamı konumları itibariyle önemli turizm potansiyeli oluşturmaktadırlar. Bu derenlerin, dere boylarının gezilebilmesi için yerel rehber yetiştirilmesi uygun

olacağı görülmektedir. Derelerin ayrı bir özellikleri de vadilerinde keşfedilen kelebek çeşitliliği ayrı bir turizm değeri taşımaktadır.

3.8 Zigana Coğrafyasının Turizm Potansiyeli

Zigana vadilerin oluşturduğu farklı mikro klimaların sağladığı zengin bir bitki örtüsüne sahip olması, özellikle doğa turizmi için mükemmel bir yöredir. Orman açıklıklarının bulunması ve yaban hayatını besleyen meyvelerin bulunması, yaban hayatının eko zincirinin devamlılığını sağlamaktadır.

Zigana, doğanın sunduğu görsel kalite bir yanda biyolojik çeşitliliği bir yanda da turizmi yöreye davet etmektedir (Turna, 2014).

Zigana Coğrafyası'nın coğrafi konumu ve iklim özellikleri göz önüne alındığında, sahanın doğa turizmi potansiyelinin öne çıktığı ve sunduğu aktiviteler olarak da; doğa yürüyüşü (Trekking),- dağ bisikletçiliği ve bisiklet gezileri, atlı doğa yürüyüşü, yayla turizmi, kamp ve karavancılık, yaban hayatı ve kuş gözlemciliği öngörüldüğü (OSİB, 2013), ayrıca, Gümüşhane İli Turizm potansiyelleri çalışmasına göre de, bu turizm çeşitlerine ilave olarak, kış sporları, karavan turizmi, paraşütle atlama, bitki, hayvan fotoğrafçılığı gibi doğaya yönelik turizm türleri açısından uygun olduğu görülmektedir (Çalık, Kaya, Akdu, vd. 2013, s.38-50).

Gümüşhane ilinde, ön plana çıkan turizm alanları arasında Krom Vadisi, Karaca Mağarası, Örumcek Ormanları Tabiat Parkı, Limni Gölü, Tomara Şelalesi, Çakırgöl Turizm Merkezi, Zigana Turizm Merkezi, Artabel Gölleri, Süleymaniye Mahallesi yer almaktadır (www.gumushane.gov.tr, 2016).

Yine Zigana Yaylasına yakın bulunan Zigana Kış Merkezi, alternatif turizmin en yaygın bir şekilde yapılacağı bölgeyi oluşturmaktadır.

Gümüşhane İlinde Bakanlar Kurulu Kararı (BKK)1991/1514 ile Zigana Kış Ve Kayak Sporları Turizm Merkezi (ZKKSTM), BKK 1996/8454 ile , Erikbeli Kış Sporları Turizm Merkezi, BKK 2007/11712 ile Çakırgöl Kış Sporları Turizm Merkezi, BKK 2010/647 ile Süleymaniye Mahallesi Kış Sporları Turizm Merkezi olarak ilan edilen dört merkez mevcuttur. Bu özelliğiyle ülkemizde il sınırları içerisinde, 4 adet kış sporları merkezi bulunan tek il olma özelliğine sahiptir (ÇOB, 2006, s 109). Bu özelliğiyle de Türkiye kış sporları merkezi olmaya adaydır. Ancak, bu merkezlerden sadece ZKKSTM aktif olarak çalışmaktadır.

Zigana Dağı'nda bulunan kayak merkezi; Sümela Manastırı, Limni Gölü, Karaca Mağarası, Kadırğa Yaylası, Cami Boğazı Yaylası gibi bir çok turistik destinasyona yakın olan Zigana Kış Sporları Turizm Merkezi'nin, kış sporları, dağcılık, kampçılık, izcilik, çim kayağı, dağ ve yayla turizmine elverişli olduğuna dair ilgili kuruluşlar tarafından düzenlenmiş olumlu raporlar mevcuttur (Üçüncüoğlu, 2007, s. 27).

ZKKSTM her türlü alt yapı hizmeti tamamlanmış durumdadır. Endemizm oranı ve biyoçeşitlilik oldukça yüksektir ve Zigana etekleri dağ ve doğa yürüyüşleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir. ZKKSTM yayla turizmi, yayla şenlikleri, yamaç paraşütüne elverişli parkurları, kamp ve karavan turizmi açısından önemli alanlarıyla kış ve kayak sporları açısından da çok önemli bir destinasyondur (OSİB, 2013, s 78).

Köyün içinde bulunan tarihi cami ve Selçuklulardan kalma kervan saray yanında enkazı halen dahi duran bir çok kilise tarihi değere sahip olmanın yanında , zengin ekosistemleri, faunası ve florası ayrı bir özellik taşımakta, İpek Yolunun üzerinde olması da tarihi ve kültürel zenginliğini daha da artırmaktadır. ZDO Zigana köyünü marka yapma yolundadır (Aydın. 2016, s.462).

Gümüşhane ili zengin turizm kaynaklarına sahip olmasına rağmen ilin sadece Trabzon'a komşu olan Kuzey kesimi Karadeniz turlarından faydalanabilmektedir. Zigana geçidi ve Karaca Mağarası bölgeye gelen turların %41 oranında ziyaret edilmesine rağmen Gümüşhane Kenti ziyareti %3'te kalmaktadır (Barlas, 2010, s.26).

Ekoturizm merkezi durumunda olmaya aday olan ve konu itibariyle de İpek Yolu üzerinde bulunan Zigana Köyü'nün ve ZDO oluşumuyla turizmde alacağı payı dahada artıracığı görülmektedir.

Zigana Dağı'nda endemizm oranı ve biyoçeşitlilik oldukça yüksektir ve Zigana etekleri dağ ve doğa yürüyüşleri açısından önemli bir potansiyele sahiptir (Acuner, 2015, s. 71-72).

3.9 Zigana Doğa Okulu (ZDO)

Zigana Köyü'nün ve Zigana Coğrafyası'nın tüm değerlerinin korunarak kalkınmasının sağlanabilmesi için günümüzde artarak gelişen, alternatif turizm potansiyelinin değerlendirilmesi gerektiği yönünde Savaş AYDIN tarafından yapılan çalışma sonucu, tanıtım ve doğayı korumaya yönelik projeler yapılması, sergiler ve konferanslar düzenlemesi, doğa eğitimlerinin verilebilmesi gibi benzeri faaliyetleri için bir sabit mekana ihtiyaç olduğu, bu amaçla Zigana Köyü içerisinde, tarihi bir değere ve mimariye sahip ve atıl olan tarihi ilköğretim okulu binasını 2011 yılında, Zigana Köyü Muhtarlığı. Zigana Köyü Çevre Koruma Turizm Ve Dayanışma Derneği ile Zigana Coğrafyası Derneği girişimleri sonucu Torul Kaymakamlığı'nın da destekleriyle "Zigana Doğa Okulu"na (ZDO) dönüştürülmüştür. Bu dönüşüm aynı zamanda Kamu ve Sivil Toplum Kuruluşlarının işbirliğine örnek bir çalışma olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydın.2016, s.462).

ZDO Zigana Köyü Koçlar Mahallesi'nde 3 dönüm arazi içerisinde , yaklaşık 750 metrekare alanda inşa edilen bir binadır. Cumhuriyetten hemen sonra 1928 yılında açılmış 1992 yılına kadar hizmet vermiştir. İçerisinde mevcut 7 adet sınıf, 2 adet koridor bulunmaktadır. Bu sınıflardan bir tanesi köyün yüksek akademisyen potansiyeline atfen "Akademisyenler "sınıfı olarak düzenlenmiş ve doğa eğitimlerinin burada verilmesi sağlanmıştır. Bir sınıfa da köyde doğan ünlü sanatçı Ankara Devlet Opera Ve Balesi Solisti Tenor Ömer Yılmaz'ın adı verilerek burada sanatsal etkinlikler yapılmaya başlanmıştır. Diğer bir sınıfında Bitki Müzesi (Herbarium) olarak faaliyetine devam etmektedir. Sınıflardan bir diğeri ise Köy de doğan ve ülkeye mal olmuş köy enstitüsü mezunu 18 adet öğretmen için ayrılmış ve bu sınıfa da "Başöğretmenler" adı verilerek onların, tanıtılması ve anılmasının yönünde çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Bir sınıfında "Savaş Aydın Doğa Kütüphanesi" olarak planlanması yapılmıştır. Eski müdür odası yönetim ofisi yapılarak kullanıma sunulmuştur. Okulun mevcut 2 adet koridoru da sanatsal etkinlikler için sergi salonu ve atölye olarak "Güneş Sanat merkezi" ve "Mehriba" salonları olarak kullanılmaktadır. Sanatsal etkinlikler için bir "ZDO sanat grubu" oluşturulmuştur.

ZDO oluşumu ve faaliyetlerinin artmasından sonra, yörenin alternatif turizm değerlerinin ön plana çıkarılmasına yönelik olarak, yörede mevcut olan alanlardan faydalanılarak , herbarium açılması ve Zigana Dağındaki atıl kalan Jandarma karakol binası kış sporları için kullanıma açılmıştır (Aydın.2016, s.463).

3.10 Soyut ve Somut Kültür Varlığı Olan Lames Şenlikleri

ZDO tarafından her yıl geleneksel olarak gerçekleştirilen "Lames şenlikleri "inde yapılan Lames, Gümüşhane il merkezinde Lemis olarak geçen bu yiyecek, yöre otlarıyla birlikte saç üzerinde yarım ay şeklinde hamurun içine ıspanak, peynir, patates, kıyma konulup katlanmış yufka ile yapılır (<http://nedemek.net/>). Gümüşhane Gözlemesi, (kolaylezzet.com) olarak bilinmekte, Mitolojik bir eğlence olan Lames şenlikleri tam olarak doğrulanmamış olmakla birlikte, Onbinlerin yolu üzerinde olan Zigana köyüne Onbinlerin ordusu uğrayınca, köy yağmalanmış ve köylü bu nedenle aç kalmıştır. Onbinler köyden ayrılınca, köylüler bu durumu kutlamak için ellerinde kalan son unlardan Lames yapıp kutlamaya katılanlara dağıtmışlardır. Böylece Lames şenlikleri doğmuştur. Her yıl ZDO tarafından geleneksel olarak yapılan şenliğin bu yıl 06 Ağustos 2017 tarihinde 9. 'ncusu yapılmıştır. Bu şenlik köyden göç edenler buluşma geleneği ve yöresel kültürün yaşamasına neden olmaktadır (Aydın, 2016,1139-1146).

3.11 ZDO'nda Yapılan Eko Turizm ve Alternatif Turizm Faaliyetleri

Gümüşhane Valiliği, Gümüşhane Üniversitesi, Zigana Köyü Muhtarlığı ve STK'lar birlikte Hareket stratejisi belirlenmiş olduğu görülmektedir. Ulusal, uluslararası ve TÜBİTAK destekleme Projeleri için çalışmalar yapılmaktadır. 7' den 70'e herkese doğa eğitimi verilecek ilkesinden hareketle,

öncelikli olarak doğada eğitimcilerin eğitimi yapılması, doğa bilinci kazandırması ve doğada yaşam eğitimleri 8 adet akademisyen tarafından verildiği, Biyotop haritalama çalışması yapılması için ekip kurma çalışmaları devam ettiği. Geleneksel hale getirilen, soyut ve somut bir kültür olan Lames şenlikleri her yıl Ağustos ayında sürdürülmektedir. Akademik etkinlikler yanında sanatsal etkinliklere de ağırlık verilerek sergiler açılmaktadır. Jeolojik miras korunmasına özen gösterilerek çalışmalar yapılmakta , Maden bölgesi olan Zigana Köy'ünde (Köstere Madeni, Zigana Eskiköy Madeni) (Üçüncüoğlu, 2008, s.46-49), maden müzesi açılması çalışmaları yapılmaktadır. Köy tasarım rehberi için Üniversitelerle işbirliği çalışmaları başlatılmıştır.

Coğrafyanın endemik bitki ve hayvan türlerini yerinde kendi doğal yaşam alanlarında gözlenme imkanı sunulması, bir eğitim alanı olarak kullanılarak doğayı bilen, seven ve koruyan alternatif turizm değerlerini bilinçli bir şekilde sunabilecek insanların yetiştirilmesine yönelik olarak, meri mevzuatlar çerçevesinde ilgili kurum ve kuruluşlarla iş birliği yapılarak sertifikalı yerel rehber yetiştirilmesi çalışmaları yapılmaktadır (Aydın. 2016, s.464).

Doğa sporları ve foto safariler gibi etkinlikler düzenleyerek gelecek neslin “Ekolojik Okur Yazar” olarak hazırlanmasına yönelik alanlar belirlendi ve uygulamalar Torul kaymakamlığı ile birlikte yürütüldüğü.

“Zigana Endemikleri Fotoğraf Sergisi ” ülke çapında , açılış kokteyli, Tenor Ömer Yılmaz anması için mini konser etkinlikleriyle aynı konseptte 8 ayrı yerde sergilenerek Türkiye rekoru kırmıştır. Bu sergi ülke içinde ve dışında sergilenmeye devam edilmektedir.

Foto safari ve doğa yürüyüş turları için bölgeler belirlenmiştir ve katılımcı sayısı en fazla on kişiye kadar olan turlara yerel rehberlerle devam edilmektedir. Orman Ve Su İşleri Bakanlığı ile yapılan işbirliği Çerçevesinde 10-12 Temmuz 2017 tarihinde Limni Gölün tesislerinde “1. Foto Kamp “ düzenlenmiştir.

T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı ile yapılan iş birliği çerçevesinde ZDO için bir sözleşmeli eleman çalıştırılması uygulamaya konulmuştur. Hali hazırda bir personel ZDO da çalışmaktadır.

Bu Coğrafyanın değerlerini tanıtabilmek için 2015 Mayıs ayından itibaren “Zigana Doğa Okulu” adıyla 3 ayda bir yayınlanan bir dergi çıkartılmaktadır.

Gümüşhane İli sınırları içerisinde, Torul İlçesi ve 10 köy sınırını kapsayan, Zigana Canlı Bitki Müzesi (Arboretum) çalışması da Orman ve Su İşleri Bakanlığı ile birlikte yürütülmektedir (Aydın. 2016, s.465).

Zigana Coğrafyasının değerlerinin tanıtılmasına yönelik anma programları düzenlenmesi yapılmaktadır.

3.12 Zigana Bitki Müzesi (Herbaryum): İnsanların başta gıda olmak üzere temel ihtiyaçlarının karşılanmasında vazgeçilmez bir yeri olan canlı kaynakların temeli, biyolojik çeşitliliğidir (www.milliparklar.gov.tr, 2015). Ülkemize hayvan ve bitki çeşitliliği açısından oldukça zengin bir konumdadır. Karasal alanlarının %30'a yakını ormanlarla kaplı olan ülkemiz, neredeyse tüm Avrupa kıtası bitki çeşitliliğine denk olan, 12.000 bitki taksonuna sahiptir. Bu bitki türlerinin 3708 adedini endemik bitki türleri oluşturmaktadır (Karaköse, Terzioğlu, 2012, s. 50).

Ülkemizin endemik bitkilerce zengin illerinden biri olan Gümüşhane'den bilim dünyasına ilk kez tanıtılan bitki sayısı 50'nin üzerindedir. Gümüşhane, Türkiye endemik bitkilerinden 200'den fazlasına ev sahipliği yapmaktadır. Bu zenginliğin asıl nedeni ilin değişik ekosistemlere sahip olmasıdır (ÇŞB,2015, s.64.)

Biyçeşitlilik envanteri çıkarılmayan bölgemizde, kısmi olarak yapılan çalışmalarda, Zigana Coğrafyası'nda 471 adet endemik bitki tespit edilmiştir (Terzioğlu, 2014). Zigana Dağının adını alan endemiklerde var. Tulipa gumusanica (Gümüşhane Lalesi) ve Festuca ziganensis (Zigana Çimi) (Torlak, Vural, Aytaç, 2010: 20-24). gibi endemiklerinin Zigana da bulunması ve bu yönde yapılacak çalışmalarda bu sayısında daha da artacağı bilinmektedir. Bu Zigana bölgesinin ekolojik olarak ne kadar önemli olduğunun bir göstergesidir.

Biyçeşitliliğin nerede olduğunu bilemeden koruyamayacağımıza göre, bunların bir an önce tespiti gerekmektedir (Eken, Bozdoğan, 2016, s. 12). İşte bu tespitin başlangıcı olarak Orman ve Su İşleri Bakanlığı ile birlikte, (Orman ve Su İşleri Bakanlığı, Bitki Müzesi Sorumlusu Uzman Biyolog Mehtap Öztekin'in katkı ve katılımlarıyla) ZDO içerisinde Türkiye'nin ilk sivil toplum kuruluşunun bitki müzesi (Herbaryum) oluşturulmuş ve ziyaretçilere açık hale getirilmiştir.

T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığının en büyük projesi olan ve ulusal biyçeşitliliği korumayı amaçlayan Nuh'un Gemisi projesine üye olunarak verilerin uluslararası alana da taşınmış olduğu görülmüştür (Aydın, 2015, s 3).

Bitki Müzesi ile birlikte yörede endemik ve bilindik olan Gümüşhane elmasını da korumak ve yaşata bilmek için Gümüşhane Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğü ile yapılan iş birliği çerçevesinde ZDO binasının 400 m. Altında 3 dönüm arazi üzerine peyzaj çalışmaları yapılan "Gümüşhane Elması" müzesi aynı zamanda Gümüşhane'de bir elma gen merkezi oluşturma yolunda ilk adım atılmıştır. Burada oluşacak olan elma müzesi ile yörede turizm ve bilim açısından ayrı bir farkındalık yaratılması amaçlanmaktadır.

3.13 ZDO Uygulamasının Yöre Turizmine Katkıları ve Önerileri :

ZDO yörenin geleneksel organik beslenme tarzını korumayı ve tanıtmayı amaçlar. Geleneksel el dokumaları ürünlerinin üretimi ve pazarlanmasını destekler. Yayla turizminin geliştirilmesi için çalışmalar yapar. Birer soyut ve somut kültür varlığı sayılan Köy düğünü ve Lames kültürünün sürekliliğini sağlayan çalışmalar yapar. Zigana'ya özgü mimari yapısının korunması için "Köy Tasarım Rehberi" hazırlama çalışmaları yapmaktadır.

Her biri ayrı bir tarihi miras olan tarihi eserlere sahip çıkar. Marufu Camisi, eski hanlar, Osmanlı Köprüsü, İpek Yolu Köprüsü, Zigana Coğrafyası sınırları içerisinde olan İpek yolu, Markopolo yolu , Onbinlerin yolu ve kral yollarının korunması için çalışmalar yapar.

Zigana Köyüne mülki olarak bağlı olan uzak veya yakın (Zigana Yaylası, Merhiba Yaylası, Saranoy Yaylası), bütün yayların ve arada kalan bütün tabiat varlıklarının korunmasını amaçlayan çalışmalar yapmaktadır.

Canlı bitki müzesi oluşumuyla, coğrafyanın doğasının bir prototipi oluşturulup tanıtım ve istihdam sağlama potansiyeli yaratılabilir.

Hali hazırda Limni Gölü çevresinde gerekli ekosistem ön çalışması yapılmaksızın, konaklama amaçlı bungalovların konulması, maalesef doğayı yok etmekte ve var olan ekosistemi tahrip etmektedir. Ekolojik dengeyi bozmadan da bu tür turizm faaliyetleri yapılabilir. Örneğin, seyir terasları yapılarak buranın tahrip edilmeden korunması sağlanabilir. Kuş gözleme turizmi, foto safari, yayla ve köylere bisiklet turları yapılabilir. Ayrıca arazi dağlık bir yapıya sahip olduğundan dağcılık gibi doğa sporları ve ZKKSM, Kadirga, Kazıkbeli, Taşkoprü Yaylaları çevresi ile Aktutan Köyü'nde yamaç paraşütü yapılabilecek parkur alanları mevcuttur. Hava sporları düzenlenebilir. Köylerin ayrı ayrı turizm potansiyelleri değerlendirilerek turizm desteğinin sağlanmasına çalışılmalıdır.

Dünyada gelişen yeni turizm ve konaklama tercihleri göz önüne alındığında doğa turizmini tercih eden bireyler, konaklama ihtiyaçlarını da doğal ortamlarda karşılamak istemektedirler (2015 yıl sonu itibarıyla Gümüşhane İlinde Turizm belgeli konaklama tesisi 4 adet toplam yatak sayısının sayısı da 450 adettir). Bu yetersizdir ancak yatak kapasitesinin artırılmasına yönelik çalışmalarda büyük beton yığınları yerine, kültürel ve doğal dokuya uygun, birer ailenin konaklayabileceği, ahşap dağ evleri kurmak daha etkili olacaktır.

İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü bünyesinde Zigana Dağı'nda turizm bürosu kurulmalıdır. Otantik evlerimizden biri restore edilerek bir turizm bürosu olarak düzenlenebilir. Zigana Köyü içerisinde yer alan Güneş Sanat Merkezi, demirci dükkanı ve tarihi caminin yanı sıra mevcut değirmenlerde korunmalı ve restorasyon yapılmalı, doğal hayatın korunması için ıslah edildiği belirtilen dere duvarlarının hayvan geçişlerine uygun hale getirilmesi gerekmektedir.

Köy halkı ve esnafın turizm konusunda bilinci artırılmalıdır. Halkın turizme bakış açısıyla ilgili bilimsel çalışmalar yapılmalı, halk eğitim merkezi, belediye ve derneklerin de katkılarıyla turizm eğitimine yer verilmeli, konferans, panel gibi çalışmalar bireylere sıkıcı gelebilmektedir. Bu nedenle halkın katıldığı sosyal aktivitelerin içerisinde turizm bilinçlendirmesi yapılmalı, bireyler eğlenerek öğrenebilmelidir.

Zigana Dağı, çok eski tarihlerden günümüze kadar doğal güzelliği ve mangalık etiyle turizm sektöründe önemli bir yere sahiptir. Bunun bilincinde olan turist grupları, günübirlik seyahatler şeklinde Zigana Dağına gezmek ve yemek amacıyla ziyaret etmektedir. Bu seyahatlerin günübirlik değil de daha uzun bir sürece yayılması şüphesiz Zigana Köyü'nün ve bölgenin sosyal ve ekonomik açıdan kalkınmasına katkı sağlayacaktır. Misafirlerin kalış sürelerinin uzatılması ancak alternatif turizm türlerinin Zigana Coğrafyası'nda uygulanabilirliğinin sağlanmasıyla mümkündür.

ZDO bulunduğu Zigana Köyü zengin coğrafyası ve doğal potansiyeli, doğa turizmi türleri açısından büyük bir şanstır. Ancak bilinçsizce davranılması sonucunda, hızla çevre değerlerinin bozulması da kaçınılmaz olacaktır. Bu potansiyel tehlikeyi acilen görüp, doğa içinde yapılan tüm turizm türlerinde "çevreye barışık" tarz ve yöntemleri benimsemeliyiz.

Bunlarla paralel olarak ve daha uzun bir süreç boyunca da, hem turizm profesyonellerinin, hem de bölge halklarının, ekoturizm konusunda bilinçlendirilmeli ve eğitilmelidirler.

Özellikle ekoturizmden gelir sağlayacak olan bölge halklarının, sahibi oldukları doğal ve kültürel zenginliklerin bilincine varmaları ve bunları ancak koruyarak, insanlığa ve kendilerine fayda sağlayacaklarını kavramaları sağlanmalıdır. Yerel yöneticilere ve bölge halkına ekoturizm çeşitleri ve yöntemleri hakkında eğitim, kurs ve brifingler verilmeli, kendilerinin de ürün ve eko-konaklama imkanları geliştirmesi için destek sağlanmalıdır. Bu amaçla Kültür ve Turizm Bakanlığı , ZDO işbirliği çerçevesinde ilki 11-16 Temmuz 2017 tarihlerinde düzenlenen "Ev Pansiyonculuğu Kursu" coğrafya için önemli bir kazanımdır.

Zigana Coğrafyasının coğrafi konumu ve iklim özellikleri göz önüne alındığında, yayla turizmi, doğa yürüyüşü (trekking), bisiklet turizmi, atlı kamp karavan turizmi, paraşütle atlama gibi doğaya yönelik turizm türleri açısından idealdir. Ayrıca yöre halkının misafirperverlik ve turizme bakış açısının olumlu olması turizm açısından önemli bir değerdir.

Zigana Dağı kayak merkezinin ve Coğrafyanın tanıtımı kurumsal bir şekilde yapılmadığı için yeterli olmamakta, tanıtımı geliştirici yöntemler benimsemenin yanında seyahat acentelerini bilgilendirme amaçlı broşür basılıp gönderilmeli, alternatif turizm türlerine de yer verilmelidir. Fuarlarda mutlaka ilçeyi temsil edecek görevliler ve ürünlerimiz yer almalıdır.

ZDO tarafından her yıl düzenlenen "Lames" Şenlikleri kapsamında Zigana Coğrafyasındaki büyük bir kitleye ulaşılmaktadır. Bölgedeki turistik ve doğal yerlerin tanıtım ve bilgilendirme levhalarının oluşturulması için projeler yapılması bu bağlamda coğrafyanın tanıtımına katkı sağlayacaktır.

3.14 Mülakat Yolu İle Elde Edilen Bulgular

Mülakatlar Zigana Köyünde yaşayan yerel halk ve yerel yönetim temsilcileri (Muhtar ve Köy azaları) köy İmamı, köyün kanaat önderleri ve STK'lar (Zigana Köyü Çevre Koruma Turizm ve Dayanışma Derneği ve Zigana Coğrafyası Derneği yönetim kurulu üyeleri) ile olmak üzere toplam 30 kişi ile yapılmıştır. Yüz yüze yapılan mülakatlarda, çalışma alanıyla ilgili sorunlar belirli başlıklar altında toplanmış ve bu kıstasta görüşler alınarak yorumlanmıştır. Yapılan görüşmelerde, **Zigana Köyünün turizminin gelişimi ve sürdürülebilirliği için neler yapılması gerekmekte olduğu yönündeki temel sorular üzerinde durulmuştur.** Temel soruların çerçevesini ise; Turizm bilinci, plansız yapılaşma, çevresel değişim, kültürel dönüşüm oluşturmuştur. Alınan cevaplarda, Köyün doğa ve kültürel altyapısının bulunduğu turizm için ideal bir bölge olduğu, ancak tanıtım çalışmalarının yetersiz olduğu, bölgenin eski bir transit geçiş merkezi olmasına ve köylünün turizmi desteklemesine rağmen kamunun gerekli turizm yatırımları yapmadığı yerel girişimcinin de sermaye yetersizliği nedeniyle yatırım yapamadığı, bunundan dolayı altyapının yetersiz olduğu, turizmle bu altyapı yatırımlarının gelişeceği, göç nedeniyle nüfusun azalması yapıların terk edilmesi bu nedenle atıl

kalması, yeni yapılan yapılarında köy dokusunu bozması öncelikli sorunlar arasında yer almıştır. Bu bağlamda, düzensiz yapılaşmanın önüne geçilmesi köy tasarım rehberinin bir an önce hazırlanması önerilmiştir. Koruma ve kollama dengesi esaslı turizm çalışmalarının yapılmasına özen gösterilmesi, Zigana Doğa okulunun bu alanda yaptığı çalışmalara kamunun destek vermesi gerektiğini, bölgede turizmin geliştiği bundan kaçınılamayacağı kültürel değişimin yaşanmaması için yöre kültürünün mutlak korunması ve bunun için şimdiden tedbir alınması yoksa gelecek nesillere umulan seviyede bir miras bırakılamayacağı ve çevresel sorunların giderek artacağı durumu vurgulanmıştır

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde deniz, kum, güneş turist profili giderek değişmekte, turizm geleneksel destinasyonlardan uzaklaşmaktadır. Alternatif turizm gelirlerinin büyük ölçüde yöre insanına döndüğü ve bu insanların daha çok toplumun en yoksul kesimini oluşturan dağ ve orman köylüleri ve pansiyon çalıştıran aile grupları düşünüldüğünde, bu kesimin ekonomik olarak iyileşme gösterebileceği açıktır. Üstelik alternatif turizm gelirlerinin bir kısmı da doğal değerlerin korunması ve geleneksel kültürlerin yaşatılmasında kullanılmaktadır.

Çevreye duyarlı turizmin gelişebilmesi için, doğal zenginliklerin, sit alanlarının, özel çevre koruma alanlarının, doğrudan turizm alanı olarak kullanılması yerine bu alanların özelliklerini dikkate alarak koruma esaslı alternatif turizmin geliştirilmesi önemlidir. Ayrıca doğa koruma ile ilgili kuruluşların çalışmaları esas alınarak, sürdürülebilir kullanımların dikkate alınması ile taşıma kapasitelerine bağlı turizm sektörünün gelişmesini sağlayacak planlamalar yapılmalıdır.

ZDO'nun yer aldığı coğrafyanın andemisine ilişkin önceliğimiz endemik çeşitliliğin envanterini çıkarmaktır. Yöreye özgü tüm bitki ve hayvan çeşitlerini tespit etmek, bu alanları doğal ortamlarında korumak amaçlanmaktadır. Bu faaliyetlerle ZDO, coğrafyasının dinamosu olacaktır. Endemik çeşitliliğin tespiti için açılan ZDO ve Zigana Bitki Müzesi uygulamasının ülke çapında tanıtımı gerekmektedir.

Alternatif turizm temelli projelerin yerel otoriteler ve kamu kurumları tarafından desteklenmesi gerekmektedir. Ekolojik temelli çalışmalarda koruma ve kullanma dengesinin göz ardı edilmemesi, yöre halkı, STK ve üniversite işbirliğinin fayda sağlayacağı kanaatindeyiz.

Doğal kaynakların hızla tükendiği günümüzde, kaynakların korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması gerekmektedir. Turizm faaliyetlerinin olumsuz etkilerini en aza indirmek veya ortadan kaldırmak için, alternatif Turizmle birlikte sürdürülebilirlik yaklaşımları konusunda bilinçlenmek ve bu yaklaşımları benimseyerek hareket etmek izlenilebilecek yollardan biridir.

Sürdürülebilirlik anlayışlarıyla gerçekleştirilen turizm faaliyetleri, sadece ekonomik fayda sağlamak amacıyla, doğayı ve turizm değerlerini hiçe sayarak gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin önüne geçilmesi açısından önem taşımaktadır. Diğer bir ifadeyle, alternatif turizm yaklaşımlarıyla turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek turizmin sürdürülebilir olmasını sağlamaktadır.

Zigana Köyünün mevcut turizm potansiyelinin değerlendirilerek yıl geneline yayılması, yörenin kalkınması açısından da fayda sağlayabilecek niteliktedir. Var olan turistik değerlerin korunarak kullanılması ise, devamlılığı olan bir turizm hareketliliği için temel teşkil etmektedir.

Zigana Köyünde alternatif turizm yaklaşımıyla yapılabilecek birçok turizm faaliyeti ve bu faaliyetler için birçok alan bulunduğu görülmektedir. Söz konusu faaliyetler, hali hazırda yapılan araştırma kapsamında ortaya çıkanlar olmakla birlikte, daha geniş ve kapsamlı bir araştırmayla daha fazlasının ortaya çıkabileceğinden şüphe yoktur. Bu nedenle, Zigana Köyünde alternatif turizm alanında yapılacak olan çalışmalarda, yörenin taşıma kapasitesi, doğal, tarihi ve kültürel değerleri ile turizm potansiyellerinin araştırılması önerilebilir. Böylece, daha çok bilgiye ulaşmak net bilgilere ulaşmak mümkündür.

Bir bölgenin turistik talebi alabilmesi için bir takım koşulları sağlaması gerekmektedir. **Bunlar ulaşım, konaklama, tesisleşme, güvenlik ve bilinirlik gibi unsurlardır.** Yapılan saha çalışmasında, mevcut turistik unsurların çeşitlenmesi ve gelişmesi için yeterli bir ortam oluşmadığı gözlenmiştir. Her şeyden önce bölgenin turizm potansiyelini talebe dönüştürecek konaklama olanakları kısıtlıdır.

Özellikle Köyün içinde tanıdıkları olmayanların konaklama yeri bulmaları zor olmaktadır. Doğa yürüyüşleri ve diğer alternatif turizm etkinlikleri yapmak isteyen kişi ya da gruplar için böyle bir olanak yoktur. Diğer yandan botanik turizmi için hangi endemik türlerin nerelerde yetiştiği hakkında yeterli bilgiye ulaşmak kolay değildir. Kuş ve Kelebek gözlemciliği , için gözlem kuleleri bulunmamaktadır. Yaban hayatı için çalışma yapılmamıştır. Yayla turizmi, gastronomi turizmi, doğa sporları kampı, tarım turizmi, Hazırlanan turizm raporları ise kavramsal düzeyde kalmakta uygulamaya yönelik öneriler getirmemektedir. Bunun yanında İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü internet sayfasında yer alan turizm çeşitlerinin görselleri yeterli değildir. Köyün turistik bölgelerinin haritası çıkarılmadığı gibi bir ön çalışma olarak da rotalama yapılmadığı. Etnobotanik ilişkilerin araştırılmadığı görülmüştür.

Zigana Doğa Okulu içerisinde açılan Coğrafyanın tek Bitki müzesinin tanıtımı yeterli değildir. Ayrıca ZDO tarafından gerçekleştirilen LAMES şenliklerinin uluslararası hale getirilip Köyün cazibe merkezi haline dönüştürülmesinin uygun olacağı düşünülmektedir. Bu nedenle ZDO faaliyetlerinin desteklenmesi halinde yöreye daha çok katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Zigana Köyünde turizmi geliştirmek için yapılması gereken işlerin başında Zigana Köyünün özel kılan turistik çekiciliklerin listesinin güncellenmesi gerekmektedir. Bunların buldukları yerlerde iyi çekilmiş fotoğraflarıyla birlikte işlevsel bir Zigana Köyü Turist Rehberi hazırlanmalıdır. Bunun yanında ev pansiyonculuğu küçük değişiklik ve teşviklerle bölgenin konaklama kapasitesi yükseltilebilecektir. Özellikle kırsal turizm tercih eden turistler için cazip olabilecek bir gelişmedir. Köylere yönelik konaklama kapasitesinin artması ile tarım turizmi, eko turizm ve doğa turizmi gibi birçok ad altında ancak birbirine benzeyen turizm türlerine yönelik imkânlar artmış olacaktır. Turizmle tanışan kırsal kesim halkı yöresel yiyecek ve hediyelik ürünlerin ortaya çıkması ve satışından gelir sağlayabilecektir.

Mülakatların değerlendirilmesi sonucunda da görüldüğü üzere . Yöre halkı turizmle gelişme yönünde talepleri olduğu bu nedenle Zigana Köyünde turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması için şehrin tanıtım ve reklam faaliyetlerinin artırılması gerekmektedir. Bilindiği üzere tanıtım ve reklam faaliyetleri bir destinasyonun tanınırlığını ve marka imajını geliştirebilmek için önemli unsurların başında yer almaktadır. Bir destinasyonda ne kadar çok reklam yapılırsa o kadar çok gelir ve turist sayısı elde edilir. Bu durum da Zigana Köyünün turizmini geliştirerek sürdürülebilirliğin sağlanmasına neden olabilecek diğer bir unsurdur.

KAYNAKLAR

- Acuner, E. (2015). Zigana Turizm Merkezi'nin Sürdürülebilir Turizm Kriterleri Çerçevesinde Yerel Destinasyon Yönetim Örgütleri Tarafından Değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* , s. 62-93.
- Akgün, U, Gümüşhane ve Çevresi Tarih ve Sanat eserleri, İstanbul,1980, s.30
- Aydın, S. (2015). Ekolojik turizm ve Zigana Doğa okulu Uygulaması. *Doğu Karadeniz Bölgesi sürdürülebilir Turizm Kongresi Bildiriler kitabı* (s. 567-574). Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi.
- Aydın, S. (2016). Alternatif Turizm ve Zigana Doğa okulu Uygulaması. 1. Ulusal Alternatif Turizm kongresi Bildiri kitabı (s. 459- 467). Erzincan : Erzincan Üniversitesi.
- Aydın, S. (2015). Nuh'un Gemisi Zigana Doğa okulunda. *Zigana Doğa Okulu Dergisi*, Sayı. 2 , s 1-8
- Barlas İmar planlama Müşavirlik Ltd. Şti. (Barlas), (2010). *Doğu Karadeniz Turizm Master Plan*. Ankara:
- Çalık, İ., Kaya, F., Akdu, U. vd. (2013). *Gümüşhane İli Turizm potansiyeli*. İstanbul: Gümüşhane Üniversitesi Yayınları No:1.
- Çiğdem, S.2008, "Gümüşhane Bölgesinin tarih ve Arkeoloji araştırmaları" Erzurum
- Çiğdem, S-Özkan, H, Yurttaş, H. Öztürk N. "2004 ,Gümüşhane Yüzey araştırması" Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü 23.Araştırma Sonuçları Toplantısı C.11, Antalya , 2005, s.57-70
- Çiğdem, S-Özkan, H, Yurttaş, H. Öztürk N. "2005,Gümüşhane Yüzey araştırması" Kültür ve Turizm Bakanlığı Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü 24. Araştırma Sonuçları Toplantısı C. 1, Çanakkale , 2006, s.501-502

- Dinçer, F. (1996). Sürdürülebilir Turizmin Hayata Geçirilmesi İçin Aktive Olması Gereken Dinamikler ve İşlevler-Model Çalışması. 19. Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu (s. 342). İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- Dokap. (2016). *Doğu Karadeniz Projesi (Doka) Eylem Planı, 2014-2018* [http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Duyuru%20ve%20Haberler/Attachments/669/DOKAP%20Eylem%20Plan%C4%B1%20\(2014-2018\).pdf](http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Duyuru%20ve%20Haberler/Attachments/669/DOKAP%20Eylem%20Plan%C4%B1%20(2014-2018).pdf) , Erişim Tarihi 20.02.2016
- Duran, E. (2010). Sürdürülebilir Turistik Ürün Olarak Türkmen Kültürü: Çanakkale Örneği. 11. Ulusal Turizm Kongresi-Kuşadası, (s. 180-192). Aydın: Detay Yayıncılık.
- Eken, G., Bozdoğan, M. (2016). *Türkiye'nin Önemli Doğal Alanları*. Ankara: Türkiye Doğa Derneği.
- Esin oğuz, "Zigana köyünün iklim Değerlendirmesi" Meteoroloji Genel Müdürlüğü, Araştırma Dairesi Başkanlığı, 31.12.2016
- İnan, N. (2008). *TÜBİTAK Bilim ve Teknik* , sayı 493 sayfa 80-83.
- Erüz, Ç. (Ocak 2016). Doğal Ve Kültürel Geçit Zigana Coğrafyası. *Zigana Doğa Okulu* Dergisi, Sayı. 3 - s 1-8.
- Gökçen, O. (2008). *İçerik analizi: kuramsal Ve Pratik Bilgiler* Siyasal Kitabevi.
- Güreşsever Gönül, Anadolu da Osmanlı Devri Kervansaraylarının Gelişmesi, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi (Yayınlanmamış) Doktora Tezi, İstanbul, 1975,
- Gümüşhane İl Gıda Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü (GİGTHM), Torul İlçe Müdürlüğü, 27.12.2016
- Karaköse, M. Terzioğlu, S. (2012). *Bitkisel Biyoçeşitlilik*. Trabzon, K.T.Ü- Orman Fak. Orman Müh. Böl.
- Karasar N. (2005). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara. Nobel Yayın Dağıtım.
- Kasapoğlu, A.(2015).Türkiye Kelebek Faunası ve Doğu Karadeniz Kelebekleri. *Zigana Doğa Okulu* . Gümüşhane,
- Keçe, H. (2005). Zigana Coğrafyası. *Atlas* , sayı150-s.13-15.
- Kozak, M. A., Bahçe, S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi, Bursa:* . Bursa: Ekin Yayınevi.
- Kurdoğlu, D.(2001),” Koruma Alanları ve Ekoturizm Karadeniz Bölgesi Açısından İrdelenmesi”, Türkiye Ormancılar Derneği Yayını, Orman ve Av, sayı:4 s.4
- Özkan, H. - Yurttaş, H. “Ortaçağ’dan Günümüze Gümüşhane” T.C Gümüşhane Valiliği , İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Tarih, Arkeoloji Sanat Tarihi -II- Gümüşhane , 2012 s. 178-179
- Özey, R. 1991, "Gümüşhane ve Çevresindeki yerleşmelerin Başlıca Coğrafi Sorunları ve Çözüm Yolları" Geçmişte ve Günümüzde Gümüşhane Sempozyumu (13-17 Haziran 1990) Ankara s.307-383,
- Saylan, K, 2015, “Seyyahların gözüyle Gümüşhane” G.Ü. Yayınları, Trabzon,
- T.C. Orman ve Su İşleri Bakanlığı (OSİB) 12. Bölge Müdürlüğü Gümüşhane Şube Müdürlüğü; (2013), “Gümüşhane İlinde Doğa Turizmi Master Planı 2013 –2023”, Ankara.
- T.C Çevre ve Orman Bakanlığı (ÇOB) 2006, *T.C Gümüşhane Valiliği il Çevre Ve Orman Müdürlüğü “Gümüşhane Çevre Durum Raporu”* Gümüşhane
- T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (ÇŞB) (2015). T.C. Gümüşhane Valiliği Çevre Ve Şehircilik İl Müdürlüğü, “Gümüşhane İli 2014 Yılı Çevre Durum Raporu” Gümüşhane
- Terzioğlu, S. (2014, 08 ,17). Zigana Dağları Bitkisel Biyoçeşitlik Bakımından Önemi. *Zigana Doğa Okulu* . Gümüşhane.
- Torlak, H., Vural, M., Aytaç, Z. (2010). *Türkiye'nin Endemik Bitkileri*, . Kültür ve Turizm Bakanlığı .
- Turna, İ. (2014, 08, 17). Zigana Havzası ormanları ve Bölge İçin Önemi. *Zigana Doğa Okulu* . Gümüşhane,
- Üçüncüoğlu, A. G. (2008). Hittiler-Cumhuriyete Maden Yurdu Gümüşhane. Gümüşhane.
- Üçüncüoğlu, A. G. (2007). Zigana Dağı Efsanesi. Torul, Gümüşhane:
- Yıldırım, A., & Simsek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- www.gumushane.gov.tr. (2016). *Turizm Genel Bilgiler*, <http://www.gumushane.gov.tr/turizm-genel-bilgiler> (Erişim Tarihi, 18.02.2016)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü,
<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10124/gumushane-yaylalari.html>. (Erişim tarihi,30.12.2016)

<http://www.haritamap.com/yer/zigana-koyu-torul>, (Erişim Tarihi. 09.12.2016)

<http://ne-demek.net/anlam%C4%B1/lemis-ne-demek.html>, (Erişim tarihi, 08.03.2017.)

<http://www.kolaylezzet.com/kolay-%C3%A7ay-saati-tarifleri/hamur-i%C5%9Fleri/672-pazili-lemiz-lemis,-g%C3%BCm%C3%BC%C5%9Fhane-g%C3%B6zlemesi.html>, (Erişim tarihi, 08.03.2017.)

[http://www.zigana.org:\(2016\).http://www.zigana.org/index.php/zigana-koyu/45-zigana-ve-turizm](http://www.zigana.org:(2016).http://www.zigana.org/index.php/zigana-koyu/45-zigana-ve-turizm).(Erişim Tarihi. 16.02.2016)

TURİZM SEKTÖRÜNÜN SANAL RAKİBİ (Mİ?): ARTTIRILMIŞ GERÇEKLİK

Reşad Emre ÖZGÜNEŞ
emreozgunes@gmail.com

Prof. Dr. Düriye BOZOK
Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi
duriye_bozok@yahoo.com

Özet

Markaların ön plana çıkmak, sektörde lider konuma gelmek ve karlılıklarını arttırmak gibi hedeflerle pazarlama stratejilerini teknolojik yenilikler üzerine kurguladıkları görülmektedir. Sanal dünyada yaşanan ve Marshall, L'Oreal Paris, Ray-Ban, Adidas, BMW, Ford, Volkswagen, IKEA gibi büyük markaların yakından takip ederek pazarlama enstrümanı olarak kullandıkları bu yöntemlerden biri de AG (Arttırılmış Gerçeklik) teknolojisidir. Özü itibarıyla dünyada var olan gerçek nesnelere üzerine tablet, gözlük ya da akıllı telefonlarca kullanılabilen programlar sayesinde eklenen ses, görüntü, bilgi, destek ve etiket özelliklerini içeren AG'nin yakın gelecekte turizm sektöründe de kapsamlı bir biçimde kullanılacağı tahmin edilmektedir. Teknolojinin artık bireylerce taşınabilir hale geldiği ve 'giyilebilir' olarak nitelendirildiği günümüzde akıllı telefon, akıllı saat ve tabletler iletişimde ve bilgiye ulaşmada kolaylık sağlayarak kişilere zaman kazandıran gelişmeler olmakla birlikte istihdam yönünden bazı sakıncalar barındırmaktadır. Özellikle tarım, otomotiv, oyuncak gibi insan gücüne dayalı endüstrilerde bireyin yerine geçen robot, bilgisayar ve programlar zamanla turizm sektörü için de bir rakip haline gelebilir mi? Ziyaret edilen destinasyonlarda turist rehberlerine ihtiyaç kalmayabilir mi? Her geçen gün daha da gelişen yazılım programları turizm destinasyonlarını nasıl etkiler? Bu araştırma, 'sanal alem' olarak nitelendirilen ve bir ekranın arkasında var olan dünyanın, turizmi gelecek yıllarda nasıl etkileyebileceğine odaklanarak özellikle yabancı literatürde üzerinde önemle durulan noktalara dikkat çekmeyi hedeflemektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Arttırılmış Gerçeklik, Teknoloji.

(IS?) VIRTUAL OPPONENT OF TOURISM SECTOR: AUGMENTED REALITY

Abstract

It is seen that brands are building their marketing strategies on technological innovations with the aim of standing out, coming to the leading position in the sector, increase their profitability. One of these methods experienced in the virtual world and used by major brands such as Marshall, L'Oreal Paris, Ray-Ban, Adidas, BMW, Ford, Volkswagen, IKEA as a marketing instrument by being followed closely is AR (Augmented Reality) technology. In essence, it is anticipated that AR will be used extensively in the tourism sector in the near future, including sound, image, information, support and labeling features articulated through programs that can be used by tablets, glasses or smartphones on realistic objects that exist globally. Today that the technology has become portable by people and described as 'wearable', smartphones, smartwatches and tablets are improvements that save time for people by facilitating communication and information access, however they have some drawbacks in terms of employment. Can robots, computers and programs replacing individuals in industries based on human power, such as agriculture, automotive and toy, become an opponent for the tourism sector over time? Can tour guides not be needed in visited destinations? How do the software programs that develop everyday affect tourism destinations? This research aims to draw attention to the point particularly emphasized in the foreign literature, focusing on how the world, which is described as a 'virtual world' and exists behind a screen, can affect tourism in future years.

Keywords: Tourism, Augmented Reality, Technology.

1. GİRİŞ

İnsan beyni sınırlarını zorlayan bir değişim ve gelişim sergileyen iletişim teknolojileri, bir zamanlar sadece düşünceden ibaret olan araçların toplumsal hayata girmesine neden olmakta bu durum da bireyleri yakından etkilemektedir. Yansımaları neredeyse her alanda hissedilen teknolojik araçların, gündelik hayatı kolaylaştırdıkları yadsınamaz bir gerçektir. Teknolojik alandaki gelişmelerle birlikte bireyler artık her türlü bilgiye kolaylıkla ulaşabilmekte, bunun yanı sıra 'akıllı' olarak adlandırılan telefonlar, evler ve hatta tuvaletler gün geçtikçe toplumda daha fazla rağbet görmektedir. Teknolojinin bu denli hızla ilerlemesi ve bireyin yaşam kalitesini arttırmaya yönelik gelişmeler bireye odaklanırken aynı zamanda bazı meslek ve sektörleri de olumsuz yönde etkilemektedir. Dünyanın önde gelen markalarının 'birey' i baz alarak geliştirdikleri kimi araç, donanım, yazılım ve programlar çekicilik unsuru olabilirken zamanla bazı meslek gruplarına da rakip olabilmektedir. Son dönem teknolojilerinden biri de AG uygulamalarıdır ve turizm sektöründe de uygulanmaya; konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri yanında müzeler ve antik kentlerde de hayata geçirilmeye başlanmıştır. Bu

araştırma; mobil teknolojilerden biri olan AG teknolojilerinin özellikle yabancı literatürün incelenmesi sonrası turizm alanlarında ne şekilde kullanıldığına ve sektörü nasıl etkileyebileceğine odaklanmaktadır.

'Var olmak, algılanmış olmaktır.' Berkeley (1685-1753)¹⁰

2. ARTTIRILMIŞ GERÇEKLIK VE GELİŞİM SÜRECİ

Dünyanın yaşamakta olduğu üst düzey dijital gelişim ve yeni teknolojilerin artan kullanımı ile birlikte gündelik hayata uyarlanabilen programlar, yaşadığımız gerçek dünya dışında yazılımlarla algılanan başka bir dünya yaratmakta, bu yeni dünya ise Türk Dil Kurumu tarafından 'gerçekte var olmayan, zihinde tasarlanan' şeklinde tanımlanan ve kimi zaman bireyi asosyal duruma getirdiğine de değinilen (Kraut, Lundmark, Patterson, Kiesler, Mukopadhyay, Scherlis, 1998; www.ntv.com.tr) 'sanal' bir dünya olarak ifade edilmektedir. Teknolojik literatür, gelişen yazılım ve özellikle konuma duyarlı teknoloji (Location-Aware Technologies) uygulamalarıyla gün geçtikçe yeni kavramlar kazanmakta ve zenginleşmektedir. Son yıllarda kullanılan bu kavramlardan biri de Arttırılmış Gerçeklik (AG) kavramıdır. AG ile birlikte aslında var olmayan ama dijital programlarca birey tarafından algılanması sağlanan ve böylelikle algılandığı için var olduğu sayılan bir dünya ortaya çıkmaktadır. Sertalp (2017); zenginleştirilmiş gerçeklik veya güçlendirilmiş gerçeklik olarak da isimlendirilebilen AG kavramını, gerçek zamanlı ve fiziksel olarak içinde bulunduğumuz çevreyle bilgisayar sistemlerinde üretilen enformasyonu birleştiren uygulamalar şeklinde tanımlamaktadır. AG'de çevre gerçektir ve eklemlenen bilgi ve görüntülerle genişletilir. Bir diğer deyişle AG, gerçeklik ve sanallık arasında kesintisiz bir köprü kurmaktadır (Lee, 2012:13). Azuma, Baillot, Behringer, Feiner, Julier ve MacIntyre (2001) Arttırılmış Gerçeklik kavramının ne olduğu sorusuna; bir sistem olarak AG'nin, bilgisayar tarafından üretilen ve asıl dünyada varmış gibi görünen sanal nesnelere gerçek dünyayı tamamlaması olarak cevap vermektedirler. Azuma, vd., (2001)'ne göre AG aşağıda belirtilen şu özelliklere sahiptir:

- Gerçek ve sanal nesnelere gerçek bir ortamda birleştirir,
- Etkileşimli ve gerçek zamanlı olarak çalışır,
- Gerçek ve sanal nesnelere birbirleriyle kaydeder / hizalar.

Arttırılmış Gerçeklik, etkili ve çekici eğitimin yollarını sunan en yeni teknolojilerden biridir. Mobil aygıtların artan popülaritesi ve dünya çapındaki yeni kullanıcı arabirimi göz önüne alındığında AG'nin mobil aygıtlarda kullanımı potansiyel olarak çok önemli bir eğitim biçimi haline gelmektedir. Arttırılmış Gerçeklik, gerçek dünyadaki bir görüntüye dijital içerik eklenerek çevreyle kullanıcı arasındaki etkileşimi göstermenin bir yoludur ve sadece laboratuvarında değil hem iç hem de dış mekanlarda kısıtlama olmaksızın kullanılabilir bir kavramı ifade etmektedir (Kysela ve Štorková, 2015: 927). Özetle AG, cihazların cisim tanıma özelliği kullanılarak sanal nesnelere gerçek görüntülerin üzerine bindirilmesidir. Bu teknolojiye dayanarak bulunulan ortamda internet erişiminin olması, AG'yi tanımlayacak cihazların (akıllı gözlük, akıllı telefon ya da tablet) bulunması ve AG üzerine tanımlanmış olan uygulamalardan birinin mevcut cihazda yüklü olması gerekmektedir (www.teknolo.com). Marimon, Sarasua, Carrasco, Álvarez, Montesa, Adamek, Romero, Ortega ve Gascó (2010); AG'nin, insanoğlunun gerçekliği deneyimleme biçimini zenginleştirecek yeni bir yaratıcı ifade aracı olarak düşünülebileceğine değinmektedirler. AG; sosyal medya ve akış tekniklerinde bulunan bilgilerle birleştiğinde kullanıcıların fiziksel dünyayla etkileşim biçimini arttırabilmekte böylelikle insanlar, binalar ve yerler hakkında ek bilgi sağlayarak önceki olayları zihinde tazeleyip mevcut ortamı da tamamlayabilmektedirler.

Pence (2011); Arttırılmış Gerçeklik kavramının 1960'lı yılların sonlarından beri tartışıldığına ancak çok pahalı ve hantal olduğunun düşünüldüğüne, günümüzde ise iletişim, araştırma, sanayi ve sanat için özellikle de akıllı telefonla birlikte önemli bir uygulama olarak ortaya çıktığına değinmektedir. AG'nin tarihi gelişimini detaylı biçimde inceleyen Altınpulluk ve Kesim (2015)'e göre AG ile ilgili düşüncelerin temeli, L. Frank Baum'un 1901'de yayınlanan 'Ana Anahtar' (The Master Key) isimli

¹⁰ Öktem, Ü. (2003). John Locke ve George Berkeley'in Kesin Bilgi Anlayışı.

romanında atılmıştır. Baum (1901) kitabının sekizinci bölümünde Rob isimli roman kahramanına hediye olarak ‘Karakter Belirteci’ denen bir gözlük vermekte ve bu gözlüğü taktığında karşısındaki insanın alnında onun karakterini gösteren bir harf göreceğinden bahsetmektedir. Gözlük takıldığında karşısındaki insanda görülecek olan G harfi (Good) iyi, E harfi (Evil) kötü, W harfi (Wise) akıllı, F harfi ise (Foolish) aptal bir karakteri temsil etmektedir (www.gutenberg.org).

II. Dünya Savaşı sırasında İngiliz ordusunun kullandığı bir teknik olarak savaş uçaklarının ön camındaki ekrandan pilotlara verilen uçuş bilgileri AG uygulamalarının temeli şeklinde değerlendirilebilecek,1951-2015 yılları arasındaki AG uygulamalarının gelişimi aşağıdaki tablo ile özetlenebilecektir:

Tablo1: AG’nin 1951-2015 Yılları Arasındaki Gelişimi

YIL	AG UYGULAMASI
1957	Sinematograf Morton Heilig’in ‘Sensorama’ adını verdiği bir simülasyon yaparak beş duyu organını harekete geçirecek çok algılı bir deneyim oluşturması
1968	Harvard Üniversitesi’nden Ivan Sutherland’ın ‘Demokles’in Kılıcı’ adını verdiği ilk başa takılan görüntüleyiciyi tasarlaması ve AG’nin gelişimine yön vermesi
1990	Thomas Caudell ve David Mizell’in 1990’larda Boeing için başa takılan dijital görüntüleyici ile teknisyenlere kablo bağlantılarını doğru yapmalarına yönelik kılavuz oluşturmaları
1992	Thomas Caudell ve David Mizell tarafından ‘Artırılmış Gerçeklik’ teriminin ilk defa ortaya konarak kullanılmaya başlanması
1999	Prof. Steve Mann’ın 1980’li yıllardan itibaren üzerinde çalıştığı dijital gözlükleri, ‘Eye Tap’ adı ile kullanmaya başlaması
2000	2000’li yıllardan itibaren mobil cihazlara yönelik uygulamaların geliştirilmesine hız verilmesi ve yeni teknolojiler oluşturulmaya başlanması
2004	Mathias Möhring tarafından cep telefonlarına yönelik ilk video tabanlı Arttırılmış Gerçeklik sisteminin hayata geçirilmesi
2008	Mobilizy firması tarafından geliştirilen görüş ve konum tabanlı bir AG uygulaması olan ‘AR Travel Guide’ adlı Wikitude programının kullanılması
2008	Terminatör filminde ve Sight adlı ödüllü kısa filmde görülen biyonik kontakt lenslerin Babak Parviz ve ekibi tarafından tanıtılması
2009	Pranav Mistry, MIT Medya Laboratuvarı’nda geliştirilmekte olan ‘Altıncı His’ AG projesinin hayata geçirilmesi
2012	Google’ın üzerinde uzun yıllardır çalıştığı ‘Glass’ adlı akıllı gözlüklerin ilk örneklerinin tanıtılması
.....	Vuzix, Recon, Oculus, Meta gibi pek çok firmanın arttırılmış ve sanal gerçeklik gözlüklerini geliştirmeyi sürdürmeye devam etmeleri

Kaynak: Altıncı, H., Kesim, M. (2015). ‘Geçmişten Günümüze Arttırılmış Gerçeklik Uygulamalarında Gerçekleşen Paradigma Değişimleri’ isimli çalışmadan yararlanılarak tarafımızdan oluşturulmuştur.

Tabloda ana hatlarıyla gelişimi gösterilen AG çalışmaları, günümüzde yeni yazılım ve uygulamalar oluşturularak devam etmektedir. Bireylerin günlük hayatını bir bakıma kolaylaştıracak olan AG teknolojilerinin çok yakın bir gelecekte özellikle akıllı telefonlarda yoğunlukla kullanılacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Gelecek on yıl içinde hızla ilerleyeceği öngörülen AG teknolojileri sayesinde; gezilen şehirde görülen herhangi bir müze ya da binaya ait bilgilere anlık erişim sağlanabilecek, otellerde boş oda olup olmadığı ve oda fiyatları bilgileri hatta bir metronun nereye gittiği bile kolaylıkla görülebilecektir. Bunun için bireyin akıllı telefonunu bilgi edinmek istediği nesneye doğrultması yeterli olacaktır.



Şekil 1. AG Uygulaması ve Metro Örneği

Kaynak: www.youtube.com



Şekil 2. AG Uygulaması ve Otel Örneği

Kaynak: www.youtube.com

Birçok farklı sektörde kullanımına ağırlık verilen AG teknolojileri; planlama, eğlence, yönetim, pazarlama, tıp, eğitim gibi bazı alanlarda ayrıca, turizm deneyimini iyileştirmeyi amaçlayan turizm sektörü içerisinde de kullanılmaktadır (Guttentag, 2010: 637; Kounavis, Kasimati, Zamani, 2012: 1).

3. ARTTIRILMIŞ GERÇEKLIK VE TURİZM

Leue, Dieck ve Jung (2014) çalışmalarında AG'nin ortaya çıkışı ile birlikte, turizm organizasyonlarının ve destinasyonların ilgili bilgilerin görselleştirilmesi yoluyla turizm deneyimini artırabileceğine dikkat çekmektedirler. Turistler için artmakta olan durumsal farkındalık birçok alanda kullanılmaktadır. Mobil ve kablosuz teknolojiler; ziyaretçileri hareket halindeyken destekleyen yeni uygulamalar sağlamakta, bu tür uygulamalar arasında mobil seyahat rehberleri ve konuma dayalı bilgi izleme hizmetleri de yer almaktadır. Bu uygulamalar zengin bir multimedya içerik barındırmakta, ziyaret deneyimleri sırasında turistlerin seyahatle ilgili bilgilere kesintisiz ve her yerde erişebilmelerine olanak sağlamaktadır. Aynı zamanda, mobil aygıtların konum algılama özellikleri, seyahat bilgilerinin filtrelenmesini kolaylaştırarak, gezginlerin ihtiyaçlarına ve isteklerine uyarlanabilmektedir. Bu nedenle, seyahatle ilgili bilgilerin sunumunda etkin organizasyon ve yolculara özel sunum hem turistler hem de turizm endüstrisi paydaşları için büyük önem taşımaktadır (Kourouthanassis, Boletsis, Bardaki ve Chasanidou, 2015: 71).

Fino, Gutiérrez, Fernández ve Davara (2013); son birkaç yılda gelişmekte olan Bilgi İletişim Teknolojileri (BİT)'nin kullanımının, insanoglunun yeni teknolojileri daha yakından tanınmasına ve bunun yanı sıra hızlı ve rahat bir şekilde öğrenmesini sağladığına, dünya mirası ve turizm ile ilgili ana faaliyetler için kullanılabilen çeşitli uygulamalar da barındırdığına değinmektedirler. Bu uygulamalarla meydana gelen multimedya rehberli turlar sayesinde ziyaretçiler antik kentlerin geçmişini, sokaklarını ve her bina hakkında detaylı bilgiyi edinirken şehirde kaybolmadan dolaşabilmektedirler. Ayrıca SST (Self Servis Teknolojileri) olarak adlandırılan uygulamalardan biri olan AG son zamanlarda destinasyonlar için de geliştirilmeye başlanmıştır. Turistler; yeni yol arkadaşları olan 'mobil teknoloji cihazları' sayesinde elde edilen bilgi ve eğlence ile güçlendirilmiş yeni bir seyahat şekline başlayabilmekte (Palumbo, Dominici ve Basile, 2013:159), AG teknolojisinin gelişimiyle birlikte, yanlarında rehber olmadan çok değerli turizm deneyimleri kazanabilmektedirler (Chung, Han ve Joun, 2015: 588).

Vlahakis, Karigiannis, Tstros, Gounaris, Almeida, Stricker, Gleue, Christou, Carlucci ve Ioannidis (2001) turizmde kullanılabilecek ve AG'nin kültürel miras alanlarına uygulanmış bir versiyonu olan ARCHEOGUIDE (Augmented Reality-based Cultural Heritage On-site GUIDE) isimli projeden bahsettikleri çalışmalarında teknolojik gelişimi turizmle birleştirmektedirler. Modern görselleştirme ve mobil bilgi işlem teknolojisini kültürel mirasa uyarlayan yeni bir sistem olan bu proje, ziyaretçilere ve bilim adamlarına antik sitelerin geçmişteki ihtişamını yaşamalarına, tarihi daha iyi anlamalarına ve gezdikleri yerlerin -deyim yerindeyse- tam anlamıyla tadını çıkarmalarına yardımcı olmaktadır. Arttırılmış Gerçeklik turları yine bu uygulama sayesinde bir şekilde yok olmuş kültürel miras sitelerinin yeniden yapılandırılmasını da sağlamaktadır. Vlahakis vd. (2001)'nin çalışmalarında antik bir kent olan Olympia üzerinde uyguladıkları AG teknolojisi kullanılmış bazı resimler şu şekildedir:



Şekil 3. Orijinal İmaj



Şekil 4. AG Uygulanmış İmaj

Kaynak: Vlahakis vd. (2001). ARCHEOGUIDE: First Results Of An Augmented Reality, Mobile Computing System In Cultural Heritage Sites.

Turistler, bahsedilen AG uygulamasıyla (Şekil 3 ve Şekil 4) gezdikleri ve şu anki durumunu gördükleri bir antik kentin ilk halini deneyimleyebilmekte, kentin yapıldığı dönemi bizzat yaşayabilmekte, stadyumdaki atletleri de yarış esnasında (Şekil 5) izleyebilmektedirler.



Şekil 5. Stadyumda Yarışan Atletlerin AG Uygulamasıyla Canlandırılması

Kaynak: Vlahakis vd. (2001). ARCHEOGUIDE: First Results Of An Augmented Reality, Mobile Computing System In Cultural Heritage Sites.

Son zamanlarda, özellikle seyahat ve turizm alanlarında, AG uygulamalarına ağırlık verildiğini belirten Yovcheva, Buhalis, Gatzidis ve Elzaker (2014), AG bağlamında kullanılan programlardaki sanal açıklamalar için birtakım şartlardan bahsetmekte ve uygulamalar için olması gereken bazı özellikleri şöyle sıralamaktadırlar:

- ✓ Okunabilirlik: Etiketler her zaman okunabilir olmalı ve birbirleriyle çakışmamalıdır
- ✓ Belirlenmiş ilişki: Etiketlerin hedef nesnelere açıkça atıfta bulunmaları gerekir
- ✓ Estetik: Etiketlerin görsel yığılmayı önleyecek şekilde yerleştirilmesi gerekir
- ✓ Çerçeve tutarlılığı: Sistem çerçeve arasında kesintisiz bir içerik geçişi sağlamalıdır

Lee, Chung ve Jun (2015)'ün çalışmalarında kullandıkları ve turistlere yer, yön ve mesafe gösteren bazı AG uygulamaları aşağıda Şekil 6 ve Şekil 7'de gösterilmektedir:



Şekil 6. Turistlere Yer Gösteren AG Uygulaması



Şekil 7. Turistlere Mesafe Gösteren AG Uygulaması

Kaynak: Lee, Chung, Jun (2015). Examining The Cultural Differences In Acceptance Of Mobile Augmented Reality: Comparison Of South Korea And Ireland.

AG teknolojisini bilgisayar ortamında üretmek için birden fazla yol kullanılabileceğini belirten Sertalp (2017), hangi yolun uygulanacağını yapılacak işin içeriği ile ilişkili olduğunu söylemekte ve uygulanabilecek teknikleri şu şekilde sınıflandırmaktadır:

- GPS ve pusula teknolojisi yardımıyla akıllı telefon ve tabletler aracılığıyla kullanılan sistem
- Marker-less (işaretçi olmadan mekân üzerinde kullanılabilen) teknik
- Marker (işaretçi) yardımıyla kullanılan, genellikle açık kaynak kodları bulunan, akıllı telefon tablet veya bilgisayar kamerası yardımıyla çalışan teknik
- Bu üç farklı teknikten hepsinin aynı anda kullanıldığı dördüncü teknik

Sertalp (2017)'in çalışmasında yer verdiği ve Türkiye'deki AG uygulamalarından biri olan ve müzelerde sergilenen eserlerin kitap üzerinde 3 boyutlu halini görmek için uygulanan marker (işaretçi) tekniği Şekil 8 ve Şekil 9'da gösterilmektedir:



Şekil 8. Anadolu Medeniyetleri Müzesi kitapçığında yer alan Ana Tanrıça heykelciğinin AG Uygulaması



Şekil 9. Anadolu Medeniyetleri Müzesi müze kitabında yer alan kaplar ve kâsenin AG Uygulaması

Kaynak: Sertalp, E. (2017). Müzelerin Tanıtım Kitaplarında Artırılmış Gerçeklik (Ag) Teknolojisi Kullanımı: Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi Kitabı Örneği.

Türkiye'de AG teknolojileri üzerine geliştirilen bir diğer çalışmada, Polat, Kardeş, Kahraman ve Alızzadehashrafi (2016) tarafından Safranbolu'da gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma ile AG teknolojileri Safranbolu'da bulunan yapılarla birleştirilmiş, 3B Modelleme Tekniği kullanılmış böylelikle turistlerin yöre hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaları amaçlanmıştır. Türkiye'de AG ile ilgili diğer gelişmeler araştırıldığında; www.kultur.gov.tr, www.3dmekeanlar.com, www.mekan360.com gibi internet tabanlı sitelerin sanal gezintiye, Sakıp Sabancı Müzesi, Deniz Müzesi, Bursa Tofaş Saat Müzesi, Topkapı Sarayı Müzesi, Halı Müzesi ve Hatay Arkeoloji Müzesi gibi bazı müzelerin (www.arox.net) AG teknolojilerine imkân verdikleri görülmektedir. Özellikle iletişim fakültelerinin konuya eğilimleri arttıkça AG uygulamalarının Türkiye'de yaygınlaşacağı öngörülmektedir.

Kamusal alanda giderek daha fazla kullanılan yeni teknolojilerden birinin AG olduğuna ve modern teknolojinin kullanımının, pek çok destinasyonun modern turist açısından rekabetçi ve çekici kalması

için bir zorunluluk haline geldiğinden bahsettikleri çalışmalarında Han, Jung ve Gibson (2014) Dublin için bir AG araştırması yapmışlar, turistlerin yerel ve güncel bilgileri içeren kaynaklara gereksinim duyduklarını ve gittikçe yaygınlaşan AG uygulamalarının turizme uyarlanması gerektiğini tespit etmişlerdir. AG teknolojisinin turizm sektöründeki bir diğer kullanım alanı da turizm amaçlı web siteleridir. Hsu (2011) bazı ampirik araştırmaların; etkileşim düzeyinin yüksek olduğu, zengin multimedya içeriğe sahip web sitelerinin tüketicileri daha ikna edici olduğunu gösterdiğine değinmektedir. Bunun yanı sıra yabancı literatürde AG'nin kültür turizmi deneyimlerini geliştirmede de kullanılabileceğini gösteren bir araştırma olarak Fritz, Susperregui ve Linaza (2005)'nin yapmış olduğu çalışma ile karşılaşılmaktadır. PRİZMA olarak adlandırılan bir dürbüne AG uygulamaları yüklenmesi sonrası turistlerin bir tepeden baktıklarında gezdikleri alanla ilgili daha fazla bilgi sahibi olmaları açısından eski resimleri, üç boyutlu binaları görmeleri hedeflenmektedir. Jung, Chung ve Leue (2015) ise akıllı telefon ve mobil aygıtların artan kullanılabilirliğinin turizm endüstrisini değiştirdiğini söyledikleri çalışmalarında, Güney Kore'nin Jeju Adası'ndaki bir tema parkını ziyaret eden turistlerle yaptıkları anketlerle kişisel yenilikçilik, içerik, kişiselleştirilmiş hizmet ve sistem kalitesini sağlayan AG uygulamaları kullanımının memnuniyeti artırıcı bir etken olduğunu belirlemişlerdir.

AG, turizm sektörünün farklı alanlarına uyarlanabilen bir teknolojidir. Günümüzde birçok müze, konaklama ve yiyecek-içecek işletmesi sürekli gelişen dijital ortamda ziyaretçi ve turistler için farklı olabilmek ve rekabet edebilme amacıyla AG uygulamalarını kullanmaktadır.

- **Müzeler:** AG teknolojilerinin, tabloları orijinal durumuna getirmek, ilk hallerinin görüntülerini sağlayabilmek için uygulanan 'yeniden yaratma' kavramı ile Vincent Van Gogh Müzesi, Sant Climent de Taüll Kilisesi gibi müze ve mekanlarda orijinal sanat eserlerinin dijital olarak yeniden inşa edildiği, böylece konukların değerli tasarımların orijinal hallerini incelemelerine olanak verildiği görülmektedir (İlhan ve Çeltek, 2016: 588). Akıllı telefonlar için geliştirilen teknolojik uygulamaları kullanan diğer müzeler arasında The Louvre Museum, The British Museum, The Hermitage, Uffizi Gallery, National Gallery, Rijksmuseum, Museum of Modern Art gibi müzeler bulunmaktadır (thebalance.com). Müzelerin günümüzde rekabet edebilmeleri açısından ziyaretçiye; boş zaman, eğlence, kültür, eğitim ve sosyalleşme arasındaki etkileşim ile karakterize edilmiş ve bilme arzusunu uyandıracak bir deneyim sunmaları gerekmektedir (Palumbo vd., 2013:160).
- **Konaklama İşletmeleri:** AG teknolojisinin yakın zamandaki popülaritesi, tüketicilerin bu yeni eğilimi kullanmak için istekli olduklarını göstermektedir ve AG önümüzdeki birkaç yıl içinde en iyi otel teknolojisi eğilimleri arasında yer almaya hazırlanmaktadır (insights.samsung.com). İlhan ve Çeltek (2016) konaklama işletmelerinin kullanacağı AG teknolojilerinin, konukları odalarına yönlendirmede, otel çalışanları ile misafirlerin iletişiminin hızlandırılmasında etkin bir rol oynayabileceğine ve Marriot Hotels, Omni Hotels and Resorts, Premier Inn gibi konaklama işletmeleri ve otellerin AG teknolojilerini kullanan işletmeler arasında olduğuna değinmektedirler. Bu işletmelerin yanı sıra akıllı otel deneyimini gerçeğe dönüştüren City Hub oteli, akıllı telefon sayesinde oda rengini bile misafirlerin istediği biçimde değiştirmesine olanak veren AG teknolojileri kullanmaktadır (www.postkolik.com).
- **Yiyecek-İçecek İşletmeleri:** Son dönemde artan trendlerden biri de yiyecek-içecek işletmelerinde müşterilere sunulan bireysel odaklı deneyimlerdir. Günümüzde işletmeler pazarda öne çıkabilmek için teknoloji destekli bir sunuma ve hizmete ağırlık vermektedirler. Birkaç yıl içinde teknoloji ile mutfağın karşılıklı etkileşimle tamamen birleşeceğini öngören ve gelişen teknoloji ile birlikte belki bir garsona bile ihtiyaç duyulamayabileceğinden bahseden Spence ve Piqueras-Fiszman (2013) ile farklı restoranlardaki teknolojik gelişimleri inceleyen Aksoy ve Akbulut (2016) çalışmalarında; Inamo Restoran'ın teknoloji aracılığıyla farklı müşteri deneyimini en iyi şekilde sağladığından bahsetmektedirler. Akıllı masalarda Artırılmış Gerçeklik sunan bir menü ile müşteriye hizmet veren restoranın müşterileri sipariş verecekleri yiyecek ve içecekler hakkında bilgi sahibi olmakta, nasıl bir yiyecekle karşılaşacaklarını görmektedirler. Aynı zamanda akıllı masalar; müşterilere sipariş verebilme, siparişi hazırlanırken mutfağı izleyebilme, masanın görüntüsünü değiştirebilme imkânı da sunmaktadır. Akıllı masalar aynı zamanda müşteriye hava durumu bilgisi, yol trafik bilgisi gibi

yararlı bilgilerde verebilecektir (Margetis, Grammenos, Zabulis, Stephanidis, 2013; Echtler ve Wimmer, 2013). Yine dünyanın ilk 3D restoranı olarak lanse edilen Food Ink Restoran müşterilerine farklı deneyimler sunmakta, seçilen yemekler 3D teknolojisi ile hazırlanarak servis edilmektedir (foodink.io). Yakın bir gelecekte yiyecek-içecek işletmelerinin benzer şekilde teknoloji ve özellikle de AG uygulamalarına ağırlık verebileceğini ve ‘akıllı masalarında’ ‘akıllı tabakların’ yer alacağını söylemek yanlış olmayacaktır.

Günümüzde hemen her sektörün özellikle üretim, yönetim ve pazarlama evrelerinde teknolojiye giderek daha bağımlı bir hale geldiği görülmekte teknolojinin etkilediği sektörlerden birinin de turizm olduğu görülmektedir. Yabancı literatürde, gelişen teknolojik uygulamaların turizme halihazırda olan ve gelecekte olacak katkılarına ve pazarlama açısından önemine değinildiği (Marimon vd., 2010; Eden ve Gretzel, 2012; Yovcheva, Buhalis ve Gatzidis 2013; Kourouthanassisa vd., 2015; Lee vd., 2015) ancak bu katkının giderek bir rakip haline gelip gelmeyeceği de sorgulanmaktadır.

Guttentag (2010) çalışmasında; günümüz teknolojilerinden biri olan, tamamen sanal bir ortamda ve gerçek hayattan soyutlanmış bir deneyim sunan teknolojik uygulama (b4mind.com) olan Sanal Gerçeklik (Virtual Reality) kavramına değinirken konuyu irdelemekte ve ilk bakışta önemsiz gibi görünse de sorgulanması gerekliliğine dikkat çekmektedir. Turizm, insanların her zaman buldukları yerden başka bir yere seyahat etmelerini ve farklı bir yerde kalmaları eylemini açıklamaktadır. Sanal Gerçeklik uygulamaları sayesinde kendi evlerinden müzeleri, tarihi yerleri teknolojik bir uygulama sayesinde gezdikleri düşünüldüğünde bireylerin artık turist sayılmayacağını belirten Guttentag, bu olayın turizmi ikame eden bir yapı olarak görülebileceğine dikkat çekmektedir. Steuer (1992) çalışmasında Greenbaum’a atıf yaparak bir sözünü şöyle aktarmaktadır:

‘Sanal Gerçeklik, bilgisayar tarafından üretilen görüntülerle dolu alternatif bir dünyadır.’

Aynı durum zamanla daha da ilerleyecek bir teknoloji olan AG için ele alındığında; gelişen programlar sayesinde artık bireylerin bir otele boş oda olup olmadığını ve hatta oda fiyatlarını görebilecekleri, yanlarında rehber ihtiyacı olmadan katıldıkları gezilerde her türlü bilgiye erişme imkânı sağlayabilecekleri, müzelerde sergilenen eserlerin kitap üzerinde üç boyutlu halini görebilecekleri düşünüldüğünde AG’nin turizme sanal bir rakip oluşturabileceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Polat vd., tarafından 2016 yılında Safranbolu’da yapılan bir çalışmada AG uygulamalarının yerli ve yabancı turistlere, araştırmacılara veya Safranbolu’yu ziyaret etme durumu bulunmayanlara istedikleri bilgiye kolaylıkla erişme imkânı vereceğinden bahsetmeleri, benzer şekilde Sertalp (2017)’in uzak yerlerde yaşayan veya müzeleri gezme olanağı bulunmayan kişilerin AG teknolojisi sayesinde müzelere ulaşarak farklı deneyimler yaşayabileceğini belirtmesi de turizmin sanal bir rakiple karşı karşıya olduğunu açıkça göstermektedir.

Zaman içerisinde AG uygulamaları SG uygulamaları ile birleştirilerek turizmde daha etkin bir rol oynayabilecektir. Belki de bireyler kimi zaman ekonomik şartlarını düşünerek kimi zaman seyahat etmeyi düşündükleri destinasyonlardaki olumsuz gelişmeleri değerlendirerek turizmin ‘her zaman oturulan yer dışında bir bölgeye giderek orada en az 24 saat konaklama’ kuralını değiştirecek ve her şeyin sanal olmaya başladığı bir dönemde ‘sanal turist’ olabileceklerdir. Mektuplaşmanın mailleşmeye, siyah-beyaz televizyonların smart televizyonlara, hatta tuvaletlerin bile akıllı türünün geliştirildiği hızlı bir geçiş sürecinin yaşandığı günümüzün teknoloji ortamında turistlerin de sanallaşması çok şaşırtıcı olmayacaktır. Böyle bir durumun ortaya çıkması, emek-yoğun bir sektör olan turizmde iddia sahibi hemen her destinasyonu olumsuz yönde etkileyebilecektir.

Ancak yaşanan tüm bu teknolojik gelişmelere rağmen insanların; dokunma, hissetme ve birebir görme isteği ile hareket ederek turizm faaliyetlerine katılımları önemli ölçüde devam etmektedir. Bilgisayarların üstün teknoloji taşımalarına rağmen hislerinin olmayışı ve gerçek duyguları bireye yaşatamıyor oldukları düşünüldüğünde turizm sektörünün en azından yakın bir gelecekte bu durumdan fazla etkilenmeyeceği söylenebilir. Teknolojinin tüm elemanları ile birlikte olası bir çöküş yaşamaması durumunda ise ‘sanal’ dünyanın tekrar gerçek dünyaya dönüşü mümkün gözükmemektedir. Teknolojinin yaşayabileceği olası durumlardan biri de ‘yok olabileceği’ ihtimalidir. Facebook eski üretim

müdürlerinden Antonio Garcia Martinez'in BBC'de yer verilen sözleri bu anlamda büyük önem taşımaktadır:

'Dünyanın gelecek 5-10 yıl içinde neye benzeyeceğini gördüm. Gelecek 30 yıl içerisinde dünya nüfusunun yarısı işsiz olacak. Medeniyet tamamen çökebilir. Şu an size inanılmaz gibi gelen şeyler çok yakında gerçek olacak.'

Yine; SpaceX ve elektrikli otomobil üretici Tesla'nın kurucu CEO'su Elon Musk'ın yapay zekâ, robotlar ve makineler hakkındaki sözlerinde, geleceğin en büyük korkusunun robotların her şeyi insanlardan daha iyi yapacak olması ve bu durumun birçok işten çıkarmaya neden olacağını ifade etmesi ve şu sözü söylemesi (tr.sputniknews.com) de bir diğer önemli husustur:

'En sonunda makineler kazanacak.'

Benzer biçimde bilim-[teknoloji](#) dergisi Wired'a konuşan ünlü bilim insanı Stephen Hawking'in ifadesi (www.hurriyet.com.tr) de çok çarpıcıdır:

'Teknoloji bir noktada insanlardan daha üstün bir noktaya gelecek ve yapay zekâ insanları ortadan kaldıracak.'

Martinez, Musk ve Hawking'in sözleri incelendiğinde öne çıkan bazı sorular şunlar olacaktır: Bahsi geçen olası işsizlik oranı içine turizm sektöründe faaliyet gösteren insanlar da dahil midir? Şu an inanılmaz gibi görünen ama çok yakın bir gelecekte gerçekleşecek yenilikler neler olacaktır? Medeniyetin çöküşü gerçekleşirse insanoğlu her şeye sıfırdan mı başlayacaktır? Makinelerin kazanmasının anlamı nedir? Yapay zekanın insanlığa olası zararlarının boyutları ne ölçüde olacaktır? Gerçek dünyaya bir alternatif olan teknolojik gelişmeler turizm sektörünün de alternatifi ya da rakibi olabilir mi?

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

AG üzerine yapılmış çalışmalar, teknolojik gelişmelerin her sektörü olduğu gibi turizmi de yakından ilgilendirdiğini ve zamanla bu sektör üzerinde daha yoğun bir etkiye sahip olacağını ortaya çıkarmaktadır. Yabancı literatürde kültürel miras ve temalı parklar üzerine yapılan bazı araştırma (Fritz vd., 2005; Jung vd., 2015) sonuçlarına göre AG uygulamaları -kaliteli olmaları durumunda- ziyaretçilerin memnuniyet düzeylerini olumlu yönde arttırmakta aynı zamanda turistlerin bir rehber ihtiyacı duymadan gezebilmelerine, istedikleri bilgiye ulaşabilmelerine olanak vermektedir ve gelecekte daha fazla kullanılacaktır. Yine yabancı literatürde gelecekte yiyecek-içecek işletmelerinde sıklıkla kullanılacağı düşünülen 'akıllı masalar' sayesinde misafirler -bir garsona gerek duymadan- sipariş verdikleri yiyeceklerin tüm özelliklerini görebilmekte, aynı zamanda siparişlerini beklerken de eğlenceli vakit geçirebilmektedirler. 'Mobil seyahat rehberi', 'akıllı masalar', 'akıllı menü' kavramlarını yaratmasıyla birlikte AG teknolojilerinin; ilk etapta turist rehberliği ve garsonluk gibi bazı meslekleri ve hatta otellerin rezervasyon departmanlarını olumsuz yönde etkileyebileceğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bu gelişmelerin yanı sıra; teknolojinin terminolojiye kattığı benzer kavramlardan olan 'akıllı turizm', 'e-turizm' 'arttırılmış gerçeklik turları' da geleceğin turizmde yeni bir pazarlama enstrümanı olarak destinasyonlar arası rekabette önemli bir rol oynayacaktır.

Teknoloji ve getirdiği değişimler teknologları dahi şaşırtacak bir biçimde gelişim göstermektedir. Olanca hızıyla ilerlemesi ve toplumların ona kolayca adapte olmasının yanı sıra teknolojinin; bireyleri giderek yalnızlaştırdığı ve asosyal bir hale getirdiği de göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. Günlük hayatlarında, tatilleri sürecinde hatta eğlenme amacıyla bir araya geldiklerinde dahi bireylerin en yakınında olan akıllı telefon ve tabletler ile bu araçların kullandığı teknolojilere rağmen, Kraut vd. (1998)'nin saptamasıyla daha fazla sosyal ilişkiye sahip olduklarında hem fiziksel hem de zihinsel açıdan daha mutlu ve sağlıklı olan bireylerin, 'eski' ye olan özlemi de giderek artmaktadır. Bilgisayarın aracılık ettiği iletişim şeklinin yüz yüze görüşmeden çok daha verimsiz ve daha az değerli olduğu (Cummings, Butler, Kraut: 2002) ve bireylerin daha özgün ve daha doğal deneyimler yaşama istekleri olduğu da düşünüldüğünde bir diğer gerçeklik karşımıza çıkmakta ve turizmsel yönden

incelendiğinde konu bu yönüyle karmaşık bir hal almaya başlamaktadır. Turizm işletmeleri başta AG olmak üzere yeni teknolojiye uyum sağlayarak kendisine teknolojik unsurlardan oluşan sanal bir rakip mi yaratacaktır yoksa gelişen bu teknolojiyi reddederek bilgisayar-birey ilişkisi yerine birey-birey ilişkisine mi yönelecektir? Günümüzde insan; bizzat kendi zekasıyla tasarladığı teknoloji, robotlar, makineler ve programlarla rekabet halindedir ve geleceğin turizm sektörü için sorulması gereken en önemli soru belki de şu olabilecektir:

‘Turizmde kim kazanacak? Teknoloji mi? Yoksa onu yaratan insan mı?’

Bu ve benzeri soruların cevabının tamamı her zaman olduğu gibi gelecekte saklıdır ve yaşanarak tecrübe edilebilecek niteliktedir. Ancak yine de bir hizmet sektörü olan turizm için, teknoloji ile onu yaratan insanın birlikteliğinin vazgeçilmezliği ve tüm bu yöndeki gelişmelere uyum sağlanması gerekliliği açısından bakıldığında Türkiye’de turizmin geleceği için denilebilir ki;

- Yaşamın hemen hemen tüm alanlarında kendini gösteren teknolojik gelişmeler ve özellikle AG kavramı üzerine yapılacak bilimsel araştırmalara ağırlık verilmesi,
- Araştırma bulgularına ve bu alandaki gelişmelere dayalı, gerekli bilgiyle donanımın sağlanmasının amaçlandığı uygulamalı bir eğitimin verilebileceği bir dersin lisansüstü ders müfredatına eklenmesi,
- İlk etapta Antalya, Bodrum, Kapadokya, İstanbul gibi önde gelen destinasyonlar ile Efes, Bergama ve Perge gibi antik kentler için AG uygulamalarının geliştirilmesi,
- AG teknolojileri ve geleceğin turizmi ilişkisinin şekillenmesinde önemli rol oynayacak olması nedeniyle turistik destinasyonlardaki yerel yönetimlerin resmi kuruluşlarla birlikte yapacakları teknolojik donanıma yönelik çalışmalara önem verilmesi gerekmektedir.
- Diğer taraftan teknolojik gelişmelere dayalı bir seyahat ve tatil anlayışıyla oluşan/oluşacak talebin yanı sıra eskiye duyulan özlemle örüntülü, doğal yaşamı deneyimleme ihtiyacı ile oluşan talep de göz ardı edilmemelidir. Dolayısıyla ülke ölçeğinde turistik talebin istek ve beklentilerine, pazar segmentlerine uygun destinasyon ve sektör planlamasının yapılması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aksoy, M., Akbulut, B. A. (2016). Restoranlardaki Teknolojik Yeniliklerin Deneyim Pazarlaması Açısından Değerlendirilmesi.
- Altınpulluk, H., Kesim, M. (2015). Geçmişten Günümüze Artırılmış Gerçeklik Uygulamalarında Gerçekleşen Paradigma Değişimleri. *Akademik Bilişim Kongresi*. 4-6 Şubat Anadolu Üniversitesi Eskişehir.
- Azuma, R., Baillet, Y., Behringer, R., Feiner, S., Julier, S., MacIntyre, B. (2001). Recent Advances in Augmented Reality. *IEEE Computer Graphics And Applications*, 21.6, November/December, 34-47.
- Chung, N., Han, H., Joun, Y. (2015). Tourists’ Intention To Visit A Destination: The Role Of Augmented Reality (AR) Application For A Heritage Site. *Computers In Human Behaviour*, 50, 588-599.
- Cummings, J. N., Butler, B., Kraut, R. (2002). The Quality Of Online Social Relationships. *Communications Of The ACM*, July, Vol. 45 No. 7, 103-108.
- Echtler, F., Wimmer, R. (2013). The Interactive Dining Table. *Human Factors In Computing Systems Conference*, Paris: ACM.
- Eden, H. K., Gretzel, U. (2012). A Taxonomy Of Mobile Applications In Tourism, *E-review of Tourism Research*, 10, (2), 47-50.
- Fino, E. R., Gutiérrez, J. M., Fernández, M. D. M., Davara, E. A. (2013). Interactive Tourist Guide: Connecting Web 2.0, Augmented Reality and QR Codes. *Procedia Computer Science*, 25, 338-344.
- Fritz, F., Susperregui, A., Linaza, M. T. (2005). Enhancing Cultural Tourism Experiences with Augmented Reality Technologies. *The 6th International Symposium on Virtual Reality, Archaeology and Cultural Heritage VAST*.

- Guttentag, D. A. (2010). Virtual Reality: Applications And Implications For Tourism. *Tourism Management*, 31, 637-651.
- Han, D. Jung, T. Gibson, A. (2014). Dublin AR: Implementing Augmented Reality (AR) in Tourism. *Information and Communication Technologies in Tourism*, pp. 511-523.
- Hsu, C. (2011). The Feasibility of Augmented Reality on Virtual Tourism Website. *Fourth International Conference on Ubi-Media Computing*, 253-256.
- İlhan, İ., Çeltek, E. (2016). Mobile Marketing: Usage Of Augmented Reality In Tourism. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 15, (2), 581-599.
- <http://www.teknolo.com/augmented-reality-nedir-hangi-alanlarda-kullanilabilir/> (Erişim Tarihi: 01.08.2017).
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=SANAL (Erişim Tarihi: 05.08.2017).
- <http://www.gutenberg.org/files/45347/45347-h/45347-h.htm> (Erişim Tarihi: 06.08.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=NtwZXGprxag> (Erişim Tarihi: 06.08.2017).
- <http://b4mind.com/blog/2016/sanal-gerceklik-ile-artirilmis-gerceklik-arasindaki-5-kritik-fark/> (Erişim Tarihi: 10.08.2017).
- <http://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-40846560> (Erişim Tarihi: 11.08.2017).
- <https://www.youtube.com/watch?v=tnRJaHZH9lo> (Erişim Tarihi: 11.08.2017).
- <https://www.thebalance.com/top-fine-art-museum-apps-1296025> (Erişim Tarihi: 11.08.2017).
- <https://insights.samsung.com/2016/09/12/augmented-reality-technology-helps-hotels-stand-out/> (Erişim Tarihi: 12.08.2017).
- <http://www.postkolik.com/gezi/amsterdamda-sira-disi-bir-otel> (Erişim Tarihi: 12.08.2017).
- <http://foodink.io/> (Erişim Tarihi: 12.08.2017).
- <https://tr.sputniknews.com/yasam/201708141029688191-elon-musk-yapay-zeka-kuzey-kore/> (Erişim Tarihi: 14.08.2017).
- http://www.ntv.com.tr/saglik/sanal-ortam-asosyal-yapiyor,7ouBPx8ffUGN350iOKz4aw?_ref=infinite (Erişim Tarihi: 14.08.2017).
- <http://www.arox.net/muze-uygulamalari.html> (Erişim Tarihi: 09.10.2017).
- <http://www.hurriyet.com.tr/hawking-yapay-zeka-insanlari-ortadan-kaldiracak-40632357> (Erişim Tarihi: 04.11.2017).
- Jung, T., Chung, N., Leue, M. C. (2015). The Determinants Of Recommendations To Use Augmented Reality Technologies: The Case Of A Korean Theme Park. *Tourism Management*, 49, 75-86.
- Kounavis, C. D., Kasimati, A. E., Zamani, E. D. (2012). Enhancing the Tourism Experience through Mobile Augmented Reality: Challenges and Prospects. *International Journal of Engineering Business Management*, 1-6.
- Kourouthanassis, P., Boletis, C., Bardaki, C., Chasanidou, D. (2015). Tourists Responses To Mobile Augmented Reality Travel Guides: The Role Of Emotions On Adoption Behavior, *Pervasive and Mobile Computing*, 18, 71-87.
- Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., Scherlis, W. (1998). Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being? *American Psychologist*, September, Vol. 53, No. 9, 1017-1031.
- Kysela, J., Štorková, P. (2015). Using Augmented Reality As A Medium For Teaching History And Tourism. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 174, 926-931.
- Lee, K. (2012). Augmented Reality in Education and Training. *TechTrends*, Volume: 56, Number: 2 March/April, 13-21.
- Lee, H., Chung, N., Jun, T. (2015). Examining The Cultural Differences In Acceptance Of Mobile Augmented Reality: Comparison Of South Korea And Ireland.
- Leue, M. C., Jung, T., Dieck, D. T. (2014). A Theoretical Model of Augmented Reality Acceptance, *e-Review of Tourism Research*.
- Margetis, G., Grammenos, D., Zabulis, X., Stephanidis, C. (2013). iEat: An Interactive Table For Restaurant Customers' Experience Enhancement. *International Conference on Human-Computer Interaction, Springer, Berlin, Heidelberg*, 666-670.

- Marimon, D., Sarasua, C., Carrasco, P., Álvarez, R., Montesa, J., Adamek, T., Romero, I., Ortega, M., Gascó, P. (2010). MobiAR: Tourist Experiences Through Mobile Augmented Reality. *Telefonica Research and Development, Barcelona, Spain*.
- Öktem, Ü. (2003). John Locke ve George Berkeley'in Kesin Bilgi Anlayışı. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 43, 2, 133-149.
- Palumbo, F., Dominici, G., Basile, G. (2013). Designing A Mobile App For Museums According To The Drivers Of Visitor Satisfaction. *Recent Advances in Business Management and Marketing*, 159-166.
- Pence, H. E. (2011). Smartphones, Smart Objects, and Augmented Reality. *The Reference Librarian*, 52, 136-145.
- Polat, M., Karaş, İ. R., Kahraman, İ., Alızadehashrafi, B. (2016). Safranbolu Eski Çarşı Tarihi Noktaları İçin Cbs Tabanlı Artırılmış Gerçeklik Uygulaması. 6. *Uzaktan Algılama-Cbs Sempozyumu (Uzal-Cbs 2016)*, 5-7 Ekim, Adana, 927-932.
- Sertalp, E. (2017). Müzelerin Tanıtım Kitaplarında Artırılmış Gerçeklik (Ag) Teknolojisi Kullanımı: Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi Kitabı Örneği. *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları*, Sayı: 36, Mayıs, 107-120.
- Spence, C., Piqueras-Fiszman, B. (2013). Technology At The Dining Table. *Flavour*, 1-13.
- Steuer, J. (1992). Defining Virtual Reality: Dimensions Determining Telepresence. *Journal of Communication*, 42, (4), 73-93.
- Vlahakis, V., Karigiannis, J., Tsotros, M., Gounaris, M., Almeida, L., Stricker, D., Gleue, T., Christou, I., Carlucci R., Ioannidis, N. (2001). Archeoguide: First Results Of An Augmented Reality, Mobile Computing System In Cultural Heritage Sites. *Virtual Reality, Archeology, and Cultural Heritage*, 9.
- Yovcheva, Z., Buhalis, D., Gatzidis, C. (2013). Engineering Augmented Tourism Experiences. *Information and Communication Technologies in Tourism, Springer, Berlin, Heidelberg*, 24-35.
- Yovcheva, Z., Buhalis, D., Gatzidis, C., Elzakker, C. (2014). Empirical Evaluation of Smartphone Augmented Reality Browsers in an Urban Tourism Destination Context. *International Journal of Mobile Human Computer Interaction*, April-June, 6, (2), 10-31.

YEREL KALKINMA İÇİN BİR ARAÇ OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM: KONYA - SİLLE ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Gül GÜNEŞ
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
gulgunes@selcuk.edu.tr

Arş. Gör. Seda ÖZDEMİR AKGÜL
Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
sedaozdemir8@gmail.com

Özet

Turizm, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından oldukça önemlidir. Sürdürülebilirlik bakış açısıyla yönetildiğinde yerel kalkınma için oldukça önemli bir araç olabilir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 2016 yılı turizm verilerine göre Türkiye, uluslararası turist varışlarında onuncu sırada yer almaktadır. Diğer yandan, turizmden elde edilen gelirlerde ise ilk on ülke içerisinde bulunmamaktadır. Bu noktada, gerek ulusal gerek uluslararası turizm açısından; yeni gelişen destinasyonlarda turizmin yerel kalkınmaya katkısının artırılması ve doğal, tarihi, kültürel kaynak değerlerinin korunarak gelecek nesillere aktarılabilmesi açısından sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenmesi oldukça önemlidir. Birleşmiş Milletler de sürdürülebilir turizmin tüm Dünya için önemini vurgulayabilmek adına, 2017 yılını "Kalkınma İçin Sürdürülebilir Turizm Uluslararası Yılı" ilan etmiştir.

Konya'nın yaklaşık 8 km. dışında yer alan ve günümüzde Selçuklu İlçesinde bağlı bir mahalle statüsünde olan Sille, tarihi Neolitik Döneme kadar uzanan ve turizm açısından da gelişmekte olan bir destinasyondur. Coğrafi yapısı, tarihi ve kültürel özellikleri gibi pek çok kaynak değeri nedeniyle; Sille'nin farklı turizm türleri açısından tercih edilirliliği giderek artmaktadır. Bildiride bu noktalardan hareketle Konya-Sille'nin turizm potansiyeli ortaya konulmuş, burası için önemli turizm türlerinden bahsedilmiş ve Sille'de turizm gelişiminin yerel kalkınma için bir araç olarak katkısının artırılabilmesi ve kaynak değerlerinin korunarak gelecek nesillere aktarılabilmesi açısından sürdürülebilir turizmin önemi vurgulanmış, bu doğrultuda öneriler ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Sille, Konya, Yerel Kalkınma, Sürdürülebilir Turizm, Turizm Potansiyeli.

SUSTAINABLE TOURISM AS A TOOL FOR LOCAL DEVELOPMENT: THE CASE OF KONYA-SİLLE

Abstract

Tourism is especially important for developing countries like Turkey. It can be a very important tool for local development when managed from the sustainability perspective. According to United Nations World Tourism Organization's tourism data for 2016, Turkey ranks tenth in international tourist arrivals. On the other hand, income from tourism is not in the top ten countries. At this point, both in terms of national and international tourism; it is very important to adopt sustainable tourism approach in order to increase the contribution of tourism to local development in new developing destinations and to transfer the natural, historical, cultural resource values to future generations. The United Nations has declared the year 2017 "International Year of Sustainable Tourism for Development" in order to emphasize the importance of sustainable tourism for the whole world.

Sille is a tourism destination that is located about 8 km. outside of Konya City. Silles's history dates back to the Neolithic Period. Due to its many resources such as geographical structure, historical and cultural characteristics, Sille's preference for different types of tourism is increasing. In this paper, the potential of tourism in Sille was determined; the important tourism types were mentioned; the importance of sustainable tourism in terms of increasing the contribution of tourism development to local development and preserving resource values and transferring them to future generations were emphasized; and suggestions were made.

Anahtar Kelimeler: Sille, Konya, Local Development, Sustainable Tourism, Tourism Potential.

1. GİRİŞ

Turizm son yetmiş yıla yakın zamandır sürekli gelişen ve çeşitlenen, dünyanın en büyük ve hızla büyüyen sektörlerinden biri olmuştur. Gelişmekte olan birçok ülke içinse, kalkınma için gereksinim duyulan iş imkanlarını ve olanakları ortaya koymakta, aynı zamanda ana yabancı sermaye kaynağını da oluşturmaktadır. Eagles, McCool ve Haynes (2002), turizmin ekonomik faydalarını,

- Yerel halk için iş olanaklarını arttırması,
- Geliri arttırması,
- Yeni turizm tesislerini teşvik etmesi,
- Yerel ekonomiye katkı sağlaması ve çeşitlendirmesi,
- Ürünlerin yerel üretimini teşvik etmesi,
- Yeni pazarlar ve döviz sağlaması,
- Yaşam standartlarını iyileştirmesi,
- Yerel vergi gelirleri yaratması ve
- Çalışanların yeni beceriler geliştirmelerini sağlaması şeklinde ele almışlardır.

Diğer yandan, turizmin etkileri yalnızca ekonomik değildir, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri de söz konusudur (Cooper vd., 2008: 125). Turizm ve seyahat, öncelikle farklı kültürlerin ve değişik halkların iletişim aracıdır. Bir kültür aktarıcı olarak turizm; farklı sosyo-kültürel yapıları, değişik yaşam biçimlerini sürdüren, çeşitli gelenek, görgü ve bilgi sahibi insanları bir araya getirir, birbirlerinden etkilenmelerini sağlar. Böylelikle dünya insanları arasında anlayış, hoşgörü, dostluk oluşturur ve sürekli bir barışın oluşmasına yardımcı olur. Irk, cinsiyet, dil ve din ayırımı yapmaksızın uluslararası anlayışa, barışa, temel hak ve özgürlüklerin, doğal ve kültürel değerlerin korunmasına katkıda bulunur (Pekin, 2011:32). Ancak, turizm her zaman olumlu etkiler oluşturmaz. İyi yönetilmediğinde demografik özellikler, sosyal yapı ve ilişkiler, ekonomik aktivite yapısı ve sektörel dinamikler, toplumsal değerler ve davranışlar, kültür, yapısal çevre ve alan kullanımı, doğal ve kültürel miras, çevresel kaynaklar ve diğerleri üzerinde istenmeyen etkiler oluşturabilmektedir (Coccosis, 2004: 4-5). Örneğin; turizmin gelişmiş bir altyapı ve kaynak gereksinimi; yerel toplumlar ve çevre üzerinde su tüketimi, atık üretimi, enerji kullanımı gibi farklı konularda olumsuz etkiler ortaya koyabilir (Chatak, 2007:13). Günümüzde oldukça duyarlı ekosistemler içermelerine rağmen; dağlık alanlar, okyanuslarda yer alan adalar ve izole olmuş mercan kayalıkları da artan bir şekilde ilgi görmekte ve ziyaret edilmektedir. Yaban yaşamının rahatsız edilmesi, doğal yaşam ortamlarının zarar görmesi, Antarktika ve civarını ziyaret eden gemilerden kaynaklanan petrol atıkları, Himalayalar'ın bazı zirvelerinde bırakılan yoğun atık ve çöpler söz konusu hassas ekosistemlerde oluşan olumsuz etkilere birkaç örnektir. Tropik alanlardaki yoğun plaj kullanımları, atıklar ve kontrolsüz turist aktiviteleri ise özellikle deniz kaplumbağalarının yavruladığı alanlarda ciddi zararlara neden olmaktadır. WWF-UK (Dünya Doğal Hayatı Koruma Kuruluşu İngiltere Temsilciliği)'un 1999 yılında David Viner ve Maureen Agnew isimli yazarlarca ortaya konan raporunda da; dünyadaki sıcaklık artışı, orman yangınları ve küresel ısınmanın etkilerinin; Güney ve Doğu Afrika'nın safari parklarında yer alan yaban yaşamına ve Brezilya'nın yağmur ormanlarına zarar verdiği belirtilmiştir. Ayrıca, Akdeniz bölgesinde yer alan kıyılarda da bozulmaya neden olduğu vurgulanmıştır (Güneş, 2011: 46). Tüm bu nedenlerle turizmin sürdürülebilir bir anlayışla ele alınması her geçen gün daha da önemli olmaktadır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 2016 yılı raporuna göre; 2008-2016 yılları arasında 300 milyon daha fazla insan turizm amacıyla uluslararası yolculuk yapmıştır (UNWTO, 2017). 2030 yılında, turist varışlarının 1.8 milyara (UNWTO, 2017), dünya nüfusunun ise 8.3 milyara ulaşacağı, ortalama yaşam süresinin artacağı, ailelerin ve tüm bireylerin birbirinden giderek farklılaşacağı ve göçlerin toplumların yapısını değiştireceği öngörülmektedir. Olası tüm değişikliklerin turist tipi, konaklama, etkinlik ve destinasyon tercihleri konularında etkiler ortaya koyması söz konusu olacaktır. Dolayısıyla değişen beklentiler ve ortaya çıkacak yeni turist tipleri için farklı deneyimler sunan destinasyonlar gün geçtikçe daha da çok önem kazanacaktır (Güneş, 2011: 20). Örneğin, eğitilmiş turistlerin, değişik yerleri ve değişik kültürleri tanıma ve öğrenme eğilimleri diğer turistlere oranla daha fazladır. Özellikle insan yaşamını zenginleştiren yolculuk deneyimlerini arayan kişilerde, değişik etkinliklere genel bir eğilim söz konusudur. Dolayısıyla, seyahat esnasında rehberli turlar, grup eğitim turları, yaban hayatını görüntüleme, festivallere katılma, kültürel ziyaretler, doğa inceleme gibi

etkinlikler sayesinde aynı zamanda öğrenmeyi sağlayan etkinliklere olan talep giderek artmaktadır (Eagles, McCool ve Haynes, 2002).

Turizm gelişimi esnasında; küreselleşme, sürdürülebilirlik ve bilgi ve iletişim teknolojisi yönlendirici etmenler olmuştur (Inkson ve Minnaert, 2008). Uzun vadede de; kişisel güvenlik ve emniyet, artan toplumsal ve çevresel kaygılar ile yine küreselleşme belirleyici rol oynayacaktır (Eagles, McCool ve Haynes, 2002). Ayrıca salgın ve yaygın hastalıklar, doğal afetler, internet, çağrı merkezleri gibi olanaklar vasıtasıyla rezervasyon esnekliği, bölgesel hava alanlarındaki artış, ekonomik durgunluk ve seyahat maliyetleri ile erişilebilirlik (turizmin sağlıklı insanlar kadar engelli insanları da kapsayacak şekilde planlanması) arz ve talep açısından önemli unsurlar olacaktır (Anonymous 2010; Anonymous 2016; UNWTO, 2017).

UNWTO'nun 2016 yılı verilerine göre; Türkiye uluslararası gelen turist sayısında 10. sıraya uluslararası turizm gelirlerinde ise 17. sıraya gerilemiştir (UNWTO, 2017: 6). Geline bu noktada, gelişmekte olan yeni turizm destinasyonlarında turizmin yerel kalkınma için bir araç olarak ele alınması ve iyi planlanması önem kazanacaktır. Konya'nın yaklaşık 8 km. dışında yer alan ve günümüzde Selçuklu İlçesinde bağlı bir mahalle statüsünde olan Sille de turizm açısından da gelişmekte olan bir destinasyondur. Coğrafi yapısı, tarihi ve kültürel özellikleri gibi pek çok kaynak değeri nedeniyle; Sille'nin farklı turizm türleri açısından tercih edilirliliği giderek artmaktadır.

2. YEREL KALKINMA İÇİN BİR ARAÇ OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Günümüzde turizm, Dünya gayrisafi hasılasının % 10'unu, toplam ihracatın % 7'sini oluşturmakta ve her 10 kişiden biri turizm sektöründe istihdam edilmektedir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre; 1950'li yıllarda 25 milyon kişi olan uluslararası turist sayısı, 1980 yılında 278 milyona, 1995 yılında 527 milyona, 2000 yılında 674 milyona, 2015 yılında 1 milyar 186 milyona ve 2016 yıl sonu itibarıyla da 1 milyar 235 milyon kişiye ulaşmıştır. Benzer şekilde uluslararası turizm hareketleri sonucunda 1950 yılında 2 milyar ABD Doları, 1980 yılında 104 milyar ABD Doları, 1995 yılında 415 milyar ABD Doları, 2000 yılında 495 milyar ABD Doları ve 2016 yıl sonu itibarıyla da 1 trilyon 220 milyar ABD Doları gelir elde edilmiştir (UNWTO, 2015; UNWTO, 2016; UNWTO, 2017; UNWTO, 2017. UNWTO Tourism Barometer, January 2017).

Sürekli gelişme içinde olan turizm sektöründe gelişimin karşılanabilmesi için, dünyanın neresinde olursa olsun; iyi planlanmış, sürdürülebilir bir yaklaşım içinde ele alınan bir turizm planlamasının gerçekleştirilmesi oldukça önemlidir. İyi planlanan sürdürülebilir bir turizm, yerel kalkınma için bir araç olabilir. Birleşmiş Milletler de 2017 yılını "Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Yılı" ilan etmiştir.

Richards ve Hall (2000)'a göre; sürdürülebilirlik gerçek anlamda, doğal çevreye bağımlı olan, ancak onu korumanın yanı sıra zarar veren toplum elemanları içinde yer bulmalıdır. Bu durumda bir yerde yaşayan yerel halk, çevresel, ekonomik, politik, kültürel ve sosyal düşünceleri bir araya getiren bütüncül bir sürdürülebilir turizm yaklaşımının odak noktası olmaktadır. Yerel halk, turistler, turizmden ekonomik ve sosyo-kültürel etkileşimler, turizm alanlarının alanların varoluşu veya yıkımı konusunda anahtar olabilirler. Özellikle insan toplulukları, sürdürülebilir turizmin bağlı olduğu en önemli kaynaklardır. Bu nedenle sahip oldukları doğal, tarihi ve sosyo-kültürel özelliklerin korunması ve sürekliliklerinin sağlanması konusunda bilinçlendirilmeleri ve turizm planlamasına katılımlarının sağlanması gerekmektedir. Bu anlamda; bir destinasyonda kalkınma için araç olan turizm gelişiminin yerelden sahiplenilmesi konusunda, toplum temelli turizm gün geçtikçe önem kazanmaktadır (Güneş, 2016).

Bir yerdeki turizm gelişiminin, yerelden sahiplenilmesinin yanı sıra; yerel ürün ve hizmetlerin kullanımı, yerel ekonomi ile bütünleşme ve yerele katkı sağlaması da son derece önemlidir. Tarım, el sanatları gibi yerel ekonomi açısından önemli unsurlar göz ardı edilmemeli, turizm gelişimi yerel ekonominin söz konusu diğer unsurlarıyla birlikte ele alınmalıdır. Turizm açısından yerel kalkınma potansiyelini oluşturan özgün kaynak değerleri (o alanı diğer turizm destinasyonlarından farklı kılan, ziyaretçilerin turizminin geliştiği destinasyonda farklı bir deneyim yaşamlarını sağlayacak tüm kaynaklar) belirlenmeli ve bu değerlerin turistik bir ürüne dönüştürülmesi esnasında, koruma öncelikli

kullanımları benimsenmelidir. Bu noktada turistik bir destinasyonu diğerlerinden farklı kılan, özgün unsurların neler olduğu önem kazanmaktadır ki; bunlar *yerel peyzajlar ve alan kullanımlarındaki çeşitlilik, doğal ve kültürel miras, bakir / el değmemiş alanlar (köyler/küçük kasabalar), geleneksel yaşam/gelenek-göreneklerde çeşitlilik, yerel konukseverlik, yerel ürünler ve bu kaynaklara dayanan deneyimler* olarak karşımıza çıkmaktadır (Güneş, 2016).

Dünya Turizm Örgütü'ne göre sürdürülebilir turizm en basit tanımıyla “Ziyaretçilerin, endüstrinin, çevrenin ve ev sahibi toplulukların ihtiyaçlarına cevap verirken mevcut ve gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel etkileri tam olarak dikkate alan turizm”dir. Sürdürülebilir turizm; bazı çevrelerce bir turizm türü olarak algılanmaktadır. Oysa, UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı) ve UNWTO (2005)'nin yayınladıkları “Making Tourism More Sustainable” isimli çalışmada açıkça ortaya konmuştur ki, sürdürülebilir turizm ayrı ya da özel bir turizm türü değildir. Tüm turizm türlerinin sürdürülebilir olması için çaba sarfedilmesi gerekmektedir (UNEP ve UNWTO, 2005). UNEP vd. tarafından 2012 yılında gerçekleştirilen çalışmada da, “*sürdürülebilir turizm özel bir turizm türü değildir, aksine sürdürülebilirlik prensiplerinin turizm sektörününün tümünü kapsaması gerekmektedir*” ifadesine yer vermektedir. 2005 yılında UNEP ve UNWTO tarafından, turizm faaliyetlerinin daha sürdürülebilir olması için;

- Ekonomik sürdürülebilirlik,
- Yerele katkı,
- İstihdam kalitesi,
- Sosyal eşitlik,
- Ziyaretçi memnuniyeti,
- Yerel kontrol,
- Yerel toplulukların refahı,
- Kültürel zenginlik,
- Fiziksel bütünlük,
- Biyolojik çeşitliliğin korunması,
- Kaynakların verimli kullanımı ve
- Çevresel saflık (çevre üzerindeki olumsuz etkilerin en aza indirilmesi) şeklinde on iki ilke ortaya konmuştur (UNEP ve UNWTO, 2005).

Son zamanlarda turistler de, turizmde sürdürülebilirliğin önemi konusunda da giderek artan bir şekilde bilinçlenmektedirler. 2015 yılı içinde yapılan araştırmalar, sürdürülebilir turizm konusunda bilinçli ve harcamalarını çevre dostu tercihler doğrultusunda gerçekleştiren turistlerin özellikle son on yılda 1/3 oranında arttığını göstermektedir (White, 2016). Hollanda'da kar amacı gütmeyen Uluslararası bir Örgüt olan SNV Kalkınma Örgütü tarafından 2009 yılında yapılan bir araştırmaya göre; seyahat eden 58.5 milyon Amerika vatandaşı, çevreyi koruma ve muhafaza etme çabası içinde olan seyahat acentalarını tercih etmektedirler (UNEP, ITC ve ICTSD, 2012). Bu durum Uluslararası önemli Konferansların belgelerine de yansımış ve Rio+20 konferansı sonucunda ortaya konan 283 maddelik “The Future We Want/İstedığımız Gelecek” adlı raporda da sürdürülebilir turizmin önemi vurgulanmıştır. Raporun turizm faaliyetlerinin değerlendirildiği ve sürdürülebilirliğin sağlanması adına tavsiyelerde bulunulduğu 130. ve 131. Maddelerinde şu ifadeler yer almaktadır (Anonymous, 2012):

- İyi planlanan ve yönetilen turizm faaliyetleri, sürdürülebilir kalkınmanın ana amaçlarının hepsine katkı sağlayabileceği gibi birçok sektörle iç içe olmasından dolayı iş imkanları da sağlayabilir.
- Çevreyi, doğal kaynakları ve ekosistemi oluşturan canlıları koruyan, biyolojik ve kültürel çeşitliliğe saygılı ve aynı zamanda da turizm faaliyetlerini gerçekleştirirken yerel halka ekonomik kazanç sağlayan ve refahını arttıran sürdürülebilir turizmin kapasitesinin ve etkinliklerinin geliştirilmesi önemlidir.
- Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki sürdürülebilir turizm faaliyetleri desteklenmelidir.

- Ekoturizm ve kültür turizmi kapasitesi yüksek yerlerdeki yoksul veya az gelir sahibi girişimcilerin, mikro kredilerle desteklenip, küçük ve orta büyüklükte işletmeler açmalarını sağlayacak adımlar atılmaları sağlanmalıdır.
- Bu potansiyele sahip ülkelerde, ulusal öncelikler ve mevcut yasalar doğrultusunda sürdürülebilir turizmi desteklemek amacıyla rehberlerin hazırlanması gerekmektedir.

25-27 Eylül 2015’de New York’da gerçekleştirilen “Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi”nde ise Dünya liderleri tarafından, 193 ülkenin imzası ile 2030 yılına kadar gelişime rehberlik etmek üzere 17 adet Sürdürülebilir Kalkınma Hedefi üzerinde anlaşmaya varılmıştır. Bunlardan özellikle 8, 12 ve 14. hedefler “Sürdürülebilir Turizm” ile ilişkilidir (United Nations, 2015; UNWTO 2017):

Hedef 8. Sürdürülebilir ve kapsayıcı ekonomik kalkınmayı sağlamak, tam ve üretici istihdamı ve insan onuruna yakışır işleri sağlamak (8.9: 2030’da, iş sağlayan, yerel kültürü ve yerel ürünleri teşvik eden sürdürülebilir turizmi geliştirmek için politikalar tasarlamak ve uygulamak).

Hedef 12.Sürdürülebilir tüketimi ve üretimi sağlamak (12.b: Yerel kültür ve ürünleri teşvik eden ve istihdam yaratan sürdürülebilir turizme yönelik kalkınma etkilerini izlemek için araçlar geliştirmek ve uygulamak).

Hedef 14. Okyanusları, denizleri ve deniz kaynaklarını sürdürülebilir kalkınma için korumak ve sürdürülebilir şekilde kullanmak (14.7: 2030’a kadar küçük ada ülkeleri, gelişmekte olan ülkeler ve az gelişmiş ülkelere balıkçılık, su ürünleri yetiştiriciliği ve turizmin sürdürülebilir yönetimi dahil olmak üzere deniz kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı sayesinde ekonomik faydalar sağlamak).

Diğer yandan, Birleşmiş Milletler ise 2017 yılını “Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Yılı” ilan ederken, bu kapsamda beş temel alanda turizmin rolünün güçlendirilmesi öngörülmüştür:

- Kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik kalkınma;
- Toplumsal kapsayıcılığın sağlanması, istihdamın artırılması ve yoksulluğun azaltılması;
- Kaynakların etkin kullanımı, çevrenin korunması ve iklim değişikliği ile mücadele;
- Kültürel değerlerin, çok kültürlülüğün ve kültürel mirasın korunması ve
- Karşılıklı anlayış, barış ve güvenliğin sağlanması (UNWTO Tourism Barometer, March 2017).

3. YÖNTEM

Araştırmada nitel araştırma tekniği kullanılmıştır. Bu kapsamda veriler; yazılı kaynaklardan literatür analizi ve gözlem yoluyla toplanmıştır. Saha çalışmaları Mayıs-Ağustos 2017 tarihleri arasında, turizm potansiyelinin belirlenebilmesi amacıyla Sille ve yakın çevresinde yer alan alanlarda gerçekleştirilmiştir. Araştırma örnekleme kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir ve 18- 50 yaş arasında x ve y kuşağı kadın ve erkeklerden oluşmaktadır. Bu kapsamda, sivil toplum kuruluşu temsilcilerinin yanı sıra konaklama işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri ve müze, kilise gibi yerlerde çalışan 15 kişi ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Bu grup benzeşik bir grup olarak düşünülüp örnekleme oluşturulmuştur. Yapılan görüşmeler esnasında aşağıda yer alan sorular sorulmuştur:

- Sille’nin mevcut turizm potansiyeli nedir?
- Mevcut turizm alt yapısı ne durumdadır?
- Geçmişten günümüze yaşatılmayan değerler nelerdir?
- Turizmle ilgili dernekler mevcut mu?
- Geçmişten günümüze devam eden yerel ürünler, değerler nelerdir?
- Yerel halk turizmden gelir elde edebilmekte midir?
- Gelen turist sayısını artırmaya yönelik ne gibi faaliyetler yapılmaktadır?

4. KONYA-SİLLE ÖRNEĞİ

4.1. Genel Özellikler (Coğrafi Konum, İklim, Nüfus, Sosyal ve Ekonomik Yapı)

Konya Selçuklu belediyesine bağlı Sille, şehir merkezinin 8 km kuzeybatısında Takkeli ve Karabuğa Dağları arasındaki bir vadinin yamaçlarında kurulmuş olan Anadolu uygarlıkları içinde çok önemli bir yeri bulunan, farklı kültürlerin bir arada yaşadığı özel bir tarihi mekândır. Tarihi önemini kaybetmeyen Sille, 1989 yılında Subaşı ve Ak mahalle şeklinde iki mahalle olarak Selçuklu ilçesine bağlanmıştır.



Şekil 1. Sille'nin ülke ve bölge içindeki coğrafi konumu(Google maps, 2017).

Şekil 1'de görüldüğü gibi Konya ili Türkiye'nin iç Anadolu bölgesinde, Konya iline bağlı Sille mahallesi ise şehir merkezinin 8 km kuzeybatısında yer almaktadır. Sille tarihin birçok dönemlerinde önemli yerleşim merkezi olmuş doğal silüetiyle ve bu silüetle bütünleşen tarihî izleriyle, sivil mimarisi ve yerleşim dokusuyla, örf, adet ve gelenekleriyle, bağ ve bahçeleriyle farklı yaşam tarzına sahip bir kültür ve turizm merkezidir (Tapur, 2009; Ertaş vd, 2017).

Sille, coğrafi yapısı, ekolojik özellikleri, yerel halkı (geçmişte Türk ve Rum, bugün sadece Türk toplumu), sosyo-kültürel yapısı, geçmişteki ve bugünkü yaşam tarzı, inanç ve gelenekleri ile geçmişte olduğu gibi bugün de farklı bir yerleşim merkezidir. Bu nedenle Sille, sahip olduğu bu özgün özellikleri ile sürdürülebilirliği sağlanması gereken bir yerleşimdir.

Sille'nin nüfusu 16.yy dan itibaren giderek artmaya başlamıştır. 1800'lü yıllardan itibaren Sille'nin nüfusunda hızlı bir artış görülmüşken, Cumhuriyetten önce yaklaşık 18.000'e ulaşan nüfusun büyük bir kısmını Rumlar oluşturmaktadır. Cumhuriyet dönemi sonrasında Hıristiyanların Sille dışına göç etmeleri sonucunda nüfus sayısında önemli düşüşler görülmüştür ve geriye sadece Türk ve Müslüman olan halk kalmıştır. (Konyalı, 1964; Dülgerler, 2000). 2016 yılı itibariyle Sille Şubaşı Mahallesi'nin nüfusu, 1496, Ak Mahalle'nin nüfusu 3317 olmak üzere Sille'nin toplam nüfusu 4813'tür (TUİK, 2017).

Sille bulunduğu bölge olarak karasal iklime sahip olmasına rağmen etrafının dağlarla çevrili olması yayla iklimi halindedeki kendisini göstermektedir. Bu sebeple Konya'ya göre Sille'de kış mevsimi daha yumuşak, yaz mevsimi ise daha serin geçmektedir. Aynı zamanda bu dağlar Sille'nin doğu ve batı kesiminde yer alan bağ ve bahçelerin soğuktan zarar görmesini engellemektedir.

Sille cumhuriyet öncesinde ticaret, halıcılık, çömlekçilik, bağcılık, taş işçiliği, mum yapımı

bakımından sosyo-ekonomik yönden çok gelişmiş bir yerleşim yeri durumundaydı. Müslüman halk daha çok el sanatlarına (halıcılık, çömlek, kupa ve testi yapımı vb.) önem verirken Hristiyanlar kuyumculuk, esnafılık, ticaret, ihracat ve ithalat gibi çeşitli faaliyetlerle ekonomik hayata katılmışlardır. Ancak Sille’de mübadele sonrası nüfusun azalması, sosyo-ekonomik açıdan önemli zararlar ortaya koymuştur (Akınoğlu, 2009).

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle neredeyse her evde dokunan halılar, bugün sadece bazı evlerde kendi amaçları için dokunmakta olup, taş ocakları da çeşitli sebeplerle kapatılmıştır (Özönder 1998). Bu ve benzeri gelişmeler Sille’nin sosyo-ekonomik ve kültürel mirasının yaşatılması açısından olumsuz etkiler yaratmıştır.

4.2. Sille’nin Turizm Potansiyeli

4.2.1. Doğal Özellikler

Sille’de yerleşim olması nedeniyle hayvan çeşitliliği bulunmamaktadır. Doğal bitki örtüsünü otsu bitkiler, çalılar ve seyrek ağaçlar oluşturmaktadır. Sütleğen, yumak otu, sığır kuyruğu, kangal diken, geven, alıç, meşe, kara çalı çoğunlukla yetişen bitkiler arasında yer almaktadır. En önemli geçim kaynaklarından biri olarak doğal yetişen cehrinin meyveleri, halıcılıkta boya maddesi olarak kullanılması nedeniyle özellikle ayrılmış alanlarda yetiştirilmiş ve Sille’ye ekonomik yönden katkı sağlamıştır. Ancak, geçmişte geniş alanlarda yetişen ve yetiştirilen cehri, günümüzde yok denecek kadar az sayıda kalmıştır (Özönder 1999).

Sille’nin batısında üzüm bağlarına, doğusunda ise meyve ve sebze bahçelerine yer verilmiştir. Sille Deresi’nin suyu ile sulanan bu bağlar, sulama sıkıntısı nedeniyle yok olmak üzeredir. Bağlarında yetiştirilen Hristiyan halk tarafından geçmişte şarap yapımında kullanılan üzüm türleri Sille’ye özgü olup; dimnit, büzgülü, kadın parmağı, kut, deve gözü, germi/gemri, ak üzüm, kızıl üzüm ve razakadır. (Kılınçaslan, 2008). Sille’nin doğusunda yer alan meyve ve sebze bahçeleri ile ev bahçeleri, günümüzde ise yerel halkın kendi ihtiyacını karşıladığı tarım alanlarıdır (Akınoğlu, 2009).

4.2.2. Tarihi Özellikler

Sille özellikle Yunan, Selçuklu ve Osmanlılar gibi tarih boyunca yaklaşık 5000 yıldır birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bugüne kadar İpek ve Baharat yollarında olan ve önemli bir ticaret merkezi olarak kabul edilen Sille’de bölge, sosyo-politik ve sosyo-ekonomik olanaklardan çok fazla yararlanmışır. Aynı zamanda bu bölgede yaşayan Müslüman ve Hristiyan o dönemde kültürel çeşitliliğe ve yerleşimin bir ticaret merkezi haline gelmesine neden olmuştur (Erdem vd, 2010; Anonim, 2015; Akınoğlu, 2009). Sille, Roma, Bizans ve Kudüs hattı üzerinde yer almasıyla tarihte önemli bir dini merkez ve Kudüs’e giden ‘kutsal haç’ yolcuları için önemli bir konaklama yeri olmuştur (Sarıköse, 2009).

Arap akınlarının Anadolu’da sonlanması ile kent önemli bir dini merkez olmuştur. Bölgede bulunan kaya kiliseleri ve özellikle Ak Manastır bu önemi açıkça göstermektedir. Sille’nin önemi 1071 yılından sonra Selçukluların Konya’yı ele geçirip, başkent yapmaları ile artmıştır. Türk hakimiyetinin artmasıyla gayrimüslimlerin çoğu kent dışına göç etmişlerdir. Savaşlar dışında o dönemde meydana gelen doğal afetlerde Sille nüfusunu önemli derecede etkilemiştir. Anadolu Selçuklu Devleti’nden sonra Konya ve çevresi Karamanoğulları Devleti’nin hâkimiyetine girmiştir. Başlıca geçim kaynağı buğday, arpa ve hayvancılık olan bölgede giderek Müslüman nüfusu artmıştır. 1913 yılında Konya’daki Rumların Sille’de özel kiliseleri olan yazlıklara sahip oldukları ve Sille’de atmışa yakın kilisenin bulunduğunu görülmektedir. 1923 yılından sonra yapılan nüfus değişim politikası çerçevesinde Sille’deki Hristiyan halk Yunanistan’a göç etmiştir (Kültürportalı, 2017).

Birçok medeniyete ev sahipliği yapması nedeniyle Sille yüzyıllar boyunca farklı kültür, inanç ve geleneklerle barış içerisinde yaşayan bir kültür vadisi haline gelmiştir. 1995 yılında Konya Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından kilise, manastır ve mezarlıkların bulunduğu güney yamaçları, birinci derecede arkeolojik sit alanı, esas yerleşme alanı ise kentsel sit alanı olarak ilan edilmiştir. Bugün Sille, Konya’nın önemli kültür ve turizm merkezlerinden biridir (Anonim, 2015).

4.2.3. Kültürel Özellikler

Sille Osmanlı imparatorluğu döneminde önemli bir kültür merkezi olmuş; medreseleri, kütüphaneleri, camileri, çeşmeleri, okulları, hamamları, köprüleri, kayalarla oyulmuş şapelleri ile kültürel ve dini anlamda öne çıkmıştır (Tablo 1). Yüzyıllardır birçok medeniyete ev sahipliği yapan Sille, doğal ve tarihi yapısıyla bilinmektedir. 1995 yılında Konya Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından kilise, manastır ve mezarlıkların bulunduğu yerler arkeolojik sit alanı, esas yerleşim alanı ise kentsel sit alanı olarak ilan edilmiştir. Sille'nin kentsel sit alanında ayrıca koruma amaçlı imar planı da bulunmaktadır. Sit alanı kapsamında yer alan tarihi evler özünü kaybetmeden onarıp butik otellere, sanat galerilerine, kafelere dönüştürülmüştür (Kültürportalı, 2017; Anonim, 2015).

Tablo 1. Sille'nin Kültürel Değerleri

Camiler	Kiliseler	Hamamlar	Köprüler	Çeşmeler
✓ Karataş Camii,	✓ Sille Aya Eleni Kilisesi,	✓ Hacı Ali Ağa Hamamı	✓ Taş köprü,	✓ Hacı Mustafa Paşa Çeşmesi,
✓ Orta Mahalle Camii,	✓ Kızıl Kilise	✓ Subaşı Hamamı	✓ Sille Çayı Köprüsü	✓ Hacı İsmail Ağa Çeşmesi,
✓ Ak Camii,	✓ Sille Ak Manastır Klisesi,			✓ Hacı Şaban Çeşmesi,
✓ Subaşı Camii,	✓ Kaya Kilisesi,			✓ Kavaklı Çeşme,
✓ Mezar Yakası Camii,	✓ Çevrikler Kilisesi,			✓ Harap Çeşme,
✓ Mormi Camii,	✓ Aşağı Kilise,			✓ Hassioğlu Çeşmesi,
✓ Çay Camii,	✓ Mezarlık Arkası Kilisesi			✓ Nuri Paşa Çeşmesi,
				✓ Sarı Kadı Çeşmesi,
				✓ Veli Paşa Çeşmesi
				✓ Saadettin Çeşmesi,
				✓ Takkacı Çeşmesi,
				✓ Acı Pınar Çeşmesi,
				✓ Mezar Yakası Çeşmesi ve Hereki-Büyük Çeşme

Kaynak: Konya İli Kültürel Değerleri (Tapur, 2009 ve Konya İl Kültür Turizm Müdürlüğü 2017 istatistiklerinden derlenmiştir).

Sille yaşama biçimi, gelenek ve görenekleri, giyim tarzı ve şivesiyle Konya'dan oldukça farklıdır. Sille'de "aşıklık geleneği" olarak isimlendirilen zengin bir halk edebiyatı ve yaşam biçimi vardır. Orta çağlarda bölge ekonomisine büyük katkılar sağlayan ve Sille tarihinde önemli bir yere sahip olan bağcılık ve bağ kültürü de özgün değerler içerisinde yer almaktadır. Geçmişten günümüze Sille zengin kültürel değerleri, otantik ve özgün yerel özellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Doğum, ölüm, nişan, düğün, sünnet, mevlit, bayram, kandil merasimleri ile oyunlar bu yerel özelliklerden bazılarıdır (Aklanoğlu, 2009).

Sille tarihi, mimarisi ve yaşayan gelenek göreneklerinin yanında farklı dallarda el sanatı ürünlerinin üretildiği önemli bir merkezdir. Bugün sandıklarda özenle saklanan zengin kıyafetleri, dünyaca ünlü halı ve kilimleri, hala yaşatılan testiciliği, Sille taş işçiliği ve mumculuk Sille'nin halk sanatları açısından da ne kadar zengin olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Bugün büyük oranda tespit ve

sergileme çalışmalarının gerçekleştirildiği el sanatları, Selçuklu Belediyesi tarafından da yaşatılmaya çalışılmaktadır. Çekül Vakfı ile Konya Büyükşehir Belediyesi'nin ortak bir projesi olarak hayata geçirdiği Metin Sözen Kent Atölyesi, yerel ustaların yetiştirildiği ve Sille taş işçiliğinin yaşatıldığı önemli bir merkezdir (Selçuklu Belediyesi, 2017)

Sille beldesinde günümüzde Tablo 1'de de gösterildiği gibi Müslüman halka hizmet eden Sille taşından ve mineralleri ahşaptan oluşmuş Karataş Camii, Orta Mahalle Camii, Ak Camii, Subaşı Camii, Mezar Yakası Camii, Mormi Camii, Çay Camii, ve geçmişte Hristiyanların ibadetlerine hizmet veren Sille Aya Eleni Kilisesi, Kızıl Kilise, Sille Ak Manastır Kilisesi, Kaya Kilisesi, Çevrikler Kilisesi, Aşağı Kilise, Mezarlık Arkası Kilisesi bulunmaktadır. Ayrıca Hacı Ali Ağa Hamamı Subaşı Hamamı Taş köprü, Sille Çayı Köprüsü Hacı Mustafa Paşa Çeşmesi, Hacı İsmail Ağa Çeşmesi, Hacı Şaban Çeşmesi, Kavaklı Çeşme, Harap Çeşme, Hassioğlu Çeşmesi, Nuri Paşa Çeşmesi, Sarı Kadı Çeşmesi, Veli Paşa Çeşmesi Saadettin Çeşmesi, Takkacı Çeşmesi, Acı Pınar Çeşmesi, Mezar Yakası Çeşmesi ve Hereki-Büyük Çeşme günümüzde hala hizmet veren diğer kültürel değerler içerisinde yer almaktadır.

Hristiyanların ilk sığınak ve mabetlerinin bu bölgede olmasıyla ilk Hristiyanlık devrine ait kiliselerin (özellikle Aya Elenia Kilisesi), manastır (Ak Manastır) ve katakompların varlığı, bölgeyi kültür turizmi bakımından cazip kılmaktadır. Bizans, Kudüs ve Roma yolu üzerinde bulunduğu için tarih boyunca önemli bir dini merkez olarak kabul gören Sille Köyü'nde dünyanın en eski ve en büyük manastırlarından birisi olarak kabul edilen Hagios Khariton Manastırı (Ak Manastır) bulunuyor. Bu manastır Sille'nin özellikle inanç turizminde öne çıkmasını sağlamaktadır (Selçuklu Belediyesi, 2017).

Sille'de üç tane sivil toplum kuruluşu yer almaktadır. Bunlar; 1954 yılında kurulan Avcılık ve Atıcılık Derneği, 1991 yılında kurulan Silleyi Kalkındırma ve Tanıştırma Derneği ve 1995 yılında kurulan Sille Sulama Kooperatifidir (Şakar, 2013).

5. BULGULAR

Sille'ye gerçekleşen ziyaretler daha çok günübirlik olmaktadır. Konaklama açısından yetersiz imkanlara sahip olan Sille'de konaklama işletmesi olarak Konak Butik Otel ve Sillehan Butik Otel yer almaktadır. Bunlardan yaklaşık 5 yıldır hizmette olan Sillehan Butik Otel, 10 oda ve 26 yataklık kapasiteye sahip olup, işletmecisi Karaman'lıdır. Ana binası geleneksel Osmanlı Türk Bey Konağı olan işletmede, 2006 yılında başlayan restorasyonlar 6 yıl devam etmiştir. Odalara Türk Tarihindeki önemli kurucuların isimleri (Bilge Han, Bumin Han gibi) verilmiştir. Özel Konaklama Tesisi olarak Kültür ve Turizm Bakanlığı onaylı ve denetimindedir.

Sille'de yaklaşık 50 civarında yiyecek içecek işletmesi mevcut olmakla birlikte; bu işletmelerde kahvaltı, et yemekleri ve yöreye özgü saç böreği benzeri ürünlerin sunulmakta olduğu görülmüştür. Ancak nohutlu kaburga gibi geleneksel Sille mutfağını yansıtan ürünlere ise yer veren bir işletme bulunmamaktadır. Sille'de eski dönemlerde taş fırınlarda pişirilen S şeklindeki Sille Kurabiyesi de geleneksel bir lezzet olmasına rağmen yeterince iyi yaşatılmayan ürünlerdendir.

Yapılan görüşmelerde birçok yerel el sanatının ise unutulmuş olduğu aktarılmıştır. Örneğin, Sille'nin yaşam tarzını ve geleneklerini yansıtan halılar korunması gerekli tarihi eserlerdir. Oysa saç böreği sunan bir işletmenin sahibi, halıcılığın unutulması nedeniyle bu işe başladığını ifade etmiştir.

Sille'de toprak işçiliği de geçmişten günümüze ulaşması gereken bir unsur olmasına rağmen, 1980'li yılların sonundan itibaren yaşanan gelişmelerden olumsuz etkilenmeye başlamış ve günümüzde unutulmaya yüz tutmuştur. Sille'de kalan son çömlekçi Yaşar Bulut usta, yapılan görüşme esnasında 1960'lı yıllarda çömlekçilik yapan 220 kişinin olduğunu, günümüzde ise 3 usta kaldıklarını ve yalnızca kendisinin Sille'de yaşadığını aktarmıştır. Diğer ustaların ikisi ise Konya'da yaşamaktadır. Yaşar Bulut, 42 yıldır gelenekselliğin dışına çıkmadan Sille toprak işçiliğini devam ettirmektedir. Yaşar Usta, kendisinden sonra bu mesleği devam ettirebilecek kimsenin olmadığını ifade etmiştir. Bu durumda bu sanatın da gelecek nesillere aktarılması konusunda sorun yaşanacaktır. Yaşar Usta'nın oğlu ise Konya'nın tek mum atölyesinde mumculuk üzerine uzmanlaşmıştır. Kendisi aynı zamanda Sille'yi Kalkındırma ve Tanıştırma Derneği yöneticilerindedir.

Hem Dernek yöneticileriyle hem de müze ve kilise çalışanları ile yapılan görüşmelerde, geçmişte Müslüman ve Hristiyan halkın kız alıp verme yapmadıkları, ancak gerek dini inanışlar gerekse gelenekler açısından birbirlerine sevgi, saygı ve hoşgörü ile yaklaşmayı başardıkları öğrenilmiştir. Bu konuda görüşme yapılan kişiler tarafından, Müslüman ve Hristiyan halkın önemli günlerinde birbirlerine hediyeler vermesi, bayramlaşması gibi bazı örnekler aktarılmıştır. Ancak hem mübadele sonrası Sille’de müslüman halkın yalnız kalışı hem de iş bulma ve eğitim nedeniyle başka yerlere olan göçler nedeniyle günümüzde neredeyse tüm gelenekler yaşatılamaz hale gelmiştir. Ayrıca günümüzde Sille’de yerleşik halkın büyük çoğunluğu Sille’li değildir. Sille’li olan halk ise, burada kalmak için verdikleri mücadelenin zorluğunu aktarmışlardır.

Görüşmeler esnasında geçmişten günümüze yaşatılamayan başka unsurlardan da bahsedilmiştir. Örneğin, geçmişte Hıdırellez günleri 4-5 gün farklı yerlerde kutlanırken günümüzde bu etkinliklerin sürekliliği sağlanamamıştır. Diğer yandan her yıl Eylül ayının son haftasında Sille barajında Sille’yi Kalkındırma ve Tanıştırma Derneği tarafından Sille günleri yapılmaktadır. Gerçekleştirilen bu etkinlik, şu an farklı yerlerde yerleşmiş olan Sille’lileri biraraya getirmekte ve kaynaştırmayı amaçlamaktadır. Selçuklu Belediyesi tarafından da her yıl 10-17 Aralık tarihlerinde Sille Tanıtım Günleri etkinliği gerçekleştirilmektedir.

Atina’da yer alan Anastasya Silleli Rumlar Derneğinden yabancıların hemen hemen her yıl atalarının yaşadıkları yerleri ziyaret etmek üzere geldikleri belirtilmiştir. Diğer yandan Sille’yi daha çok yerli turistler ve ağırlıklı gününbirlik ziyaret etmekte olup; Konya halkının dahi yeterince tanımadığı ifade edilmiştir. Yanı sıra şu an Sille’de ikamet eden halkın da Sille’nin doğal, tarihi ve kültürel kaynak değerleri ve bunların korunması gerekliliği konusunda yeterince bilgili olmadıkları anlaşılmıştır.

Selçuklu Belediyesinin Konya otogar- kelebekler vadisi- Sille güzergahında ücretsiz seferler düzenlemesi, rekreasyon alanları (piknik yerleri, yürüyüş parkurları, çocuk oyun alanları, tırmanma parkurları, izcilik kampı, balıkçılık, balık çeşidi ve sayısının artırılması), restorasyonlar gibi hizmetleri bulunmaktadır. Özellikle Sille Barajı rekreasyon alanının yapımının alanın ziyaretçi sayısının artması açısından katkı sağlayacağı görüşü paylaşılmıştır.

Saha çalışmaları esnasında yapılan incelemeler sonucunda Sille genelinde yönlendirme levhalarının ve bilgi panolarının yetersiz oluşu dikkati çekmiştir. Restorasyon çalışmaları ise halen devam etmektedir.

Yine saha çalışmaları esnasında kuşburnu ve benzeri doğal ürünler satan kadınlara rastlanmış olmakla birlikte, el sanatları satış tezgahlarında görülen ürünler genellikle yöreye hatta Türkiye’ye özgü olmayıp her yerde satın alınabilecek turistik ürünler olarak şekindedir. Sille’de kooperatif kuruluşunun da çeşitli nedenlerden dolayı aksadığı aktarılan bilgiler arasındadır.

Yapılan görüşmeler doğrultusunda Sille’de yer alan turizm paydaşlarının sürdürülebilir turizm ve önemi konusunda yeterince bilgi sahibi olmadıkları, ayrıca günümüze değin projeler ve benzer nedenlerle eğitim ve bilinçlenme amacıyla yapılan çalışmalara ise ilgi göstermedikleri belirlenmiştir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Konaklama açısından yetersiz imkanlara sahip Sille’de yaklaşık 50 civarında yiyecek içecek işletmesi mevcuttur. Sille’de eski dönemlerde taş fırınlarda pişirilen S şeklindeki Sille Kurabiyesi, birçok yerel el sanatının da geleneksel bir lezzet olmasına rağmen yeterince iyi yaşatılamayan ürünlerdendir. Sille’nin yaşam tarzını ve geleneklerini yansıtan bu ürünler korunması gerekli değerlerdir. Özellikle toprak işçiliği de geçmişten günümüze ulaşması gereken bir unsur olmasına rağmen günümüzde unutulmaya yüz tutmuştur. Sille’de kalan son çömlekçi Yaşar Bulut ustanın kendisinden sonra bu mesleği devam ettirebilecek kişilerin yetiştirilmesine katkı sağlayarak bu sanatın da gelecek nesillere aktarılması söz konusu olmalıdır.

Diğer yandan Sille’yi daha çok yerli turistler ve ağırlıklı gününbirlik ziyaret etmekte olup; Konya halkının dahi yeterince tanımadığı ifade edilmiştir. Konya halkı Sille’nin doğal, tarihi ve kültürel kaynak değerleri ve bunların korunması gerekliliği konusunda bilinçlendirilmelidir. Selçuklu Belediyesinin Konya otogar- kelebekler vadisi- Sille güzergahında ücretsiz seferler düzenlemesi, rekreasyon alanları (piknik yerleri, yürüyüş parkurları, çocuk oyun alanları, tırmanma parkurları,

izcilik kampı, balıkçılık, balık çeşidi ve sayısının artırılması), restorasyonlar gibi hizmetleri oluşturması Konya'da yaşayan yerel halkın bu bölgeyi ziyaret etmesini sağlayacak etkinlikler olarak gösterilebilir. Özellikle Sille Barajı rekreasyon alanının ziyaretçi sayısının artması açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yapılan görüşmeler doğrultusunda Sille'de yer alan turizm paydaşları sürdürülebilir turizm ve önemi konusunda bilgilendirilmeli, eğitim ve bilinçlenme amacıyla çalışmalara önem verilmeli ve katılımın zorunluluğu sağlanmalıdır.

Günümüzde özellikle gelişmekte olan ülkeler; döviz kazanmak, istihdam ve gelir yaratma olanaklarını artırmak, dolayısıyla ekonomik bağımsızlıklarını kazanabilmek için turizmi bir araç olarak görmektedirler. Bu bağlamda turizm özellikle yirminci yüzyılın sonlarından itibaren önemli bir ekonomik faaliyet alanı haline almıştır (Cooper vd., 2008: 125).

Kültür turizmini planlı bir şekilde geliştirmeyi hedeflerken; tarihi, kültürel alanların kültür turizminin hem öznesi hem de amacı olduğunu belirtmek gerekir. Turizm sosyal ve ekonomik anlamda tarihi ve kültürel alanlarda ekonomik değer üretmek; yerel geleneklerin, örf ve adetlerin, mekânların ve sunulan hizmetlerin, önemli günlerin ve ürünlerin yaşamasını sağlayarak fayda sağlamaktadır. Ancak iyi yönetilmediğinde ise, yerel halkın yaşam alanı ile ilgili algısını zedelemekte ve kültürel kimliğine yabancılaşmasına, geleneklerin ve kültür varlıklarının kaybolmasına, kültürel mekânın zarar görmesine neden olabilmektedir. Bu tür bir kültür turizmi yaklaşımı halka yarardan çok zarar getirecektir ve sürdürülebilir olması beklenemez. Eğer kültür turizmi sürdürülebilirlik yaklaşımına dayalı planlarla yönetilmez ve geliştirilmez ise, yörelerin sahip olduğu kültürel varlıklar üzerinde olumsuz sonuçlara neden olabilir. Bunun neticesinde kültürel destinasyonun kendine özgü yapısını kaybetmesi, özüne yabancılaşması, kültürel yapının ve dokunun bozulması söz konusu olabilir. Diğer taraftan kültürel turizmin yoğun rekabetçi ve kontrolsüz gelişiminin kültürel varlıklara ve bulunduğu çevreye zarar vermemesine de dikkat edilmelidir (Sezer 2010).

Kültür turizmi gün geçtikçe daha çok önem kazanmakta ve bu konuda yapılan çalışmalarda artış yaşanmaktadır. Csapo (2012), modern turizm endüstrisinde kültür turizminin rolü ve önemine değindiği yazısında yerel toplumların kendi kültürlerini kaybetme riski ile karşı karşıya olduklarını aktarmış ve bu noktada sürdürülebilir turizm ile akılcı turizm planlaması yöntem ve uygulamalarının oldukça önemli olduğunu vurgulamıştır. Uygur ve Baykan (2007) kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkilerini inceledikleri çalışmada özellikle son yıllarda, kültürün kişilerin seyahat etmelerinde önemli bir etmen olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak, kültür turizminin sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı planlarla geliştirilmediği takdirde; sahip olunan kültürel varlıklar üzerinde olumsuz etkiler ortaya koyabileceğini vurgulamışlardır.

Türkiye'de de sürdürülebilir kültür turizmi uygulamaları ve gelişimi için bazı temel ilkelerin ortaya konması, incelenmesi, turizm planlamalarına dahil edilmesi gerekmektedir. Bu konuda yapılacak çalışmaların yönlendirilmesinde UNEP ve UNWTO (2005) tarafından sürdürülebilir turizme ilişkin ortaya konan 12 temel amacın, konuya ilişkin çeşitli dokümanların ve örnek çalışmaların büyük katkısı olacaktır. Türkiye'nin gelişmekte olan bir turizm destinasyonu olarak kültür turizminde rekabet avantajı yakalayabilmesi açısından sürdürülebilir turizm gelişiminin önemini vurgulayan ulusal çalışmalar da mevcuttur. Örneğin ÇEKÜL (Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı)'ün bu konuda belirlediği temel ilkeler aşağıdaki gibi özetlemektedir (ÇEKÜL, 2012):

- Yerel yöneticiler kültürel ve tarihi değerlerin bilincinde olmalı, kültürel miras değerlerini turizm gelirlerinin önünde tutmalıdır.
- Kültür turizmi kapsamında ve uygulamalarında, özgünlük ve farklılıklara, yerel inançlara, örf adetlere, kültürlere saygı geçerli olmalıdır.
- Maddi manevi kültürel miras korunmalı ve kültür turizminin birinci amacı kültürel varlıkları korumak olmalıdır.
- Kültür turizmi etkinlikleri ev sahibi toplum tarafından onaylanmalı, kültür turizmi yerel toplumun ihtiyaçlarına sorumlulukla yaklaşmalı, ziyaretçileri bu konuda bilgilendirmelidir. Kültürel turizm sürdürülebilir gelişme hedeflerini desteklemelidir.

- Yerel paydaşlar, kamu ve özel kuruluşlar, işyerleri kültür turizminin geliştirilmesi sürecinin içinde yer almalıdır. Kültür turizmi toplumun her kesimine eşit yarar sağlamalıdır.
- Kültür turizmi ziyaretçilerin ilgi ve ihtiyaçlarına cevap vermeli, yüksek kaliteli bir deneyim yaşatmayı hedeflemelidir.
- Su ve enerji gibi kaynaklar korunmalı, karbon salınımını düşürecek önlemler alınmalı, çöp üretimi düşürülmeli çevre korunmalıdır.
- Kültür turizmi sürdürülebilir bir ulaşım sistemi üzerine kurulmalıdır.
- Turizmin gelir etkisi ve topluma maliyeti üreticilere ve tüketicilere uygulanan fiyatlara yansıtılmalıdır.
- Kültür turizmi yönetim ve gelişimi açısından değişime açık olmalı, koruyucu tedbirler hiçbir dönem ihmal edilmemelidir.

Yeni gelişmekte olan tüm destinasyonlar için turizm gelişiminin sürdürülebilirlik yaklaşımı içinde yönetilmesi ve bu sayede doğal ve kültürel mirasın gelecek nesillere korunarak aktarılabilmesi gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Çalışma alanı olan Sille; özellikle kültür turizmi açısından Selçuklu ve Osmanlı dönemlerine ait kaleleri, camiler, kiliseler, mezarlıklar, su, yollar, köprüler, çeşmeler, hamamlar, geleneksel evler ve sokaklardan oluşan değerlerle çeşitlilik gösteren bir yerleşim merkezidir (Aklanoğlu, 2009; Tomar, 2015). Ancak bu değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılabilmesi için gerçekleştirilecek çalışmaların önemi oldukça büyüktür. Ayrıca buraya özgü unutulmaya yüz tutmuş el sanatları, yöresel mutfak gibi çok çeşitli unsurların da envanteri yapılmalı ve sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için yapılması gerekenler belirlenmelidir. Bu anlamda;

- Yerele özgü değerlerin korunarak kaliteli turistik ürünlere dönüştürülmesi,
- Yerelden katılım ve sahiplenmenin sağlanması,
- Yerel istihdam, yerel ürünler, yerel turizm işletmelerinin önemi gibi konuları da içerecek şekilde eğitimlerin verilmesi ve bilinçlenmenin sağlanması,
- Bu sayede yerele katkının artırılması, yerelde kalkınmanın hedeflenmesi ve
- Sille’de gelişecek hangi turizm türü söz konusu olursa olsun turizm gelişiminin sürdürülebilirlik bakış açısıyla ele alınması gerekmektedir.

Tüm bu hedeflere ulaşılabilmesi için de, Sille’nin doğal, tarihi ve kültürel kaynak değerlerinin korunması ve sürdürülebilir kullanımını amaç edinen Sille turizm master planı tüm turizm paydaşlarının dahil edildiği katılımcı bir yaklaşımla hazırlanmalı ve uygulamaya aktarılmalıdır.

Kaynakça

- Aklanoğlu, F. (2009). Geleneksel Yerleşmelerin Sürdürülebilirliği ve Ekolojik Tasarım: Konya-Sille Örneği. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Anonim, (2015). Selçuklu Belediyesi Çalışma Raporları, Konya.
- Anonymous, (2010). *Hospitality 2015: Game Changers or Spectators*. London: Deloitte Global Services Limited, 88 pp.
- Anonymous, (2012). The Future We Want. *United Nations Sustainable Development Conference* (Rio+20), June 20-22. (http://www.tr.undp.org/content/turkey/tr/home/library/environment/energy/the_future_we_want_june_2012.html, Erişim Tarihi: 26.07.2017).
- Anonymous, (2016). Investigating the Travel and Tourism Industry. Trends and Factors Currently affecting the travel and tourism Industry, <http://travelandtourismindustry.weebly.com/trends-and-factors-currently-affecting-the-travel-and-tourism-industry.html> adresinden erişilmiştir (Erişim tarihi: 25.07.2017).
- Çekül Vakfı, (2012). *Sürdürülebilir Kültür Turizmi İçin Kamu-Yerel-Sivil-Özel İşbirliği*, Tarihi Kentler Birliği Yayınları, Kılavuz Kitaplar Dizisi:1, Çekül Vakfı-Tarihi Kentler Birliği, İstanbul.
- Chatak, G.R. (2007). *Sustainable Tourism Codes and Guidelines*. New Delhi: Cyber Tech Publications.
- Coccosis, H. (2004). Sustainable Tourism and Carrying Capacity: A New Context. New Directions in

- Tourism Analysis-The Challenge of Tourism Carrying Capacity Assessment-Theory and Practice, Editors: H. Coccossis and A.Mexa, Aldershot: Ashgate Publ.Ltd.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2008). *Tourism Principles and Practice*, Fourth Edition. Harlow: Prentice Hall, Pearson Education Ltd., 704 pp.
- Csapo, J. (2012), The Role and Importance of Cultural tourism in Modern Tourism Industry, Strategies for Tourism Industry-Micro and Macro Perspectives, Dr. Murat Kasimoglu (Ed.), 201-232.
- Dülgerler, O. N. (2000). *İnanç Turizmin Merkezi 5000 Yıllık Otantik Kent Sille*. Selçuklu (26), Konya.
- Eagles, P.F.J., McCool, S. F., Haynes, C.D. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas: Guidelines for Planning and Management*. IUCN Gland, Switzerland and Cambridge, UK. , 183pp.
- Ertas, Ş., Sönmez, E., Torun, A., Torun, F. (2017). The Awareness of Locals in Culture Tourism: The Sample of Sille/Konya. *Journal of Sustainable Development*; Vol. 10 (2).
- Güneş, G. (2011). Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetimin Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, 13 (20): 45-51.
- Güneş, G.. (2016). *Toplum Temelli Ekoturizm*. I.Ulusal Alternatif Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı. 7-9 Nisan 2016, Erzincan Valiliği ve Erzincan Üniversitesi, s.40-45, Erzincan.
- Güneş, G. (2011) . Turizm Eğitimi Sektördeki Gelişmeleri Takip Etmeli. Cumhuriyet Gazetesi, Bilim ve Teknoloji, 21 Ekim 2011. Sayı: 1283, s.20.
- Inkson, C. ve Minnaert, L. (2012). *Tourism Management-An Introduction*. London: Sage.
- Kılınçaslan, M. (2008). Sille’de Bağcılık. 5000 Yıllık Kültür Vadisi Sille. Sille’yi Kalkındırma ve Tanıştırma Derneği Yayını, Sayı: 1, Konya.
- Konyalı, İ. H. (1964). Abideleri ve Kitabeleri ile Konya Tarihi. Konya: Yeni Kitap Basım Evi.
- Kültürportalı, (2017). <http://www.kulturportalı.gov.tr> Erişim Tarihi: 12.07.2017.
- Özönder, H. (1998). *Sille: Tarih-Kültür-Sanat*. Konya: Yeni Kitap Basım Evi.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür Turizmi*. İstanbul: İletişim, 348 s.
- Richards, G. ve Hall, D. (2000). The Community: A Sustainable Concept in Tourism Development. *Tourism and Sustainable Community Development*, Edited by. G. Richards and D. Hall, Routledge, London.
- Şakar, Ş. (2013). Sillelilerle Gerçekleştirilen Röportajlardan Öne Çıkanlar. *Sille Dergisi*, Eylül 2013,, s. 2-3, Konya.
- Sarıköse, B. (2009). *Sille Bin Yıllık Tarihçesi ve Sosyo-Ekonomik Yapısı*. Konya: Çizgi Kitap Evi.
- Selçuklu Belediyesi, (2017). <http://www.selcuklu.bel.tr/hizmetlerimiz/detay/343/sille-tanitim-gunleri.html> Erişim Tarihi: 14.07.2017.
- Selçuklu Belediyesi, (2017). <http://www.selcuklusille.com> Erişim Tarihi: 12.07.2017.
- Sezer, M. S. (2010). Türkiye Turizm Sektöründe Müze Turizminin Payının Değerlendirilmesi, Hacettepe Üniversitesi, Yüksek lisans Tezi, Ankara s:44
- Sille’nin ülke ve bölge içindeki coğrafi konumu (2017). <https://www.google.com.tr/maps/@39.9033766,32.7627648,11z> Erişim Tarihi: 12.07.2017.
- Tapur, T. (2009). Konya’da Tarihi Bir Yerleşim Merkezi: Sille. *Türk Coğrafya Dergisi* 53, 15-30, İstanbul.
- TÜİK, (2017). <https://biruni.tuik.gov.tr/bolgeselistatistik/> Erişim Tarihi: 09.07.2017.
- UNEP ve UNWTO (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*, World Tourism Organization, 209 s.
- UNEP, ITC (International Trade Centre) ve ICTSD (International Centre for Trade and Sustainable Development). (2012). Green Economy and Trade Opportunities. Draft for Comment, Tourism, 15 June 2012, 7 pp.
- UNITED NATIONS (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. A7RES77071 (sustainabledevelopment.un.org, Erişim tarihi: 22.07.2017).
- UNWTO (2015). Tourism Highlights 2014, 2015 Ed. (<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>, Erişim Tarihi: 22.07.2017).
- UNWTO (2016). Tourism Highlights 2015, 2016 Ed. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>, Erişim Tarihi: 03.04.2017.

- UNWTO (2017). Annual Report 2016. Madrid
(http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/annual_report_2016_web_0.pdf, Erişim Tarihi: 24.07.2017)
- UNWTO (2017). Tourism Highlights 2016, 2017 Ed. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>, Erişim Tarihi: 10.08.2017.
- UNWTO Tourism Barometer January 2017, Vol.15,
(http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_01_january_excerpt_.pdf, Erişim Tarihi: 03.04.2017).
- UNWTO Tourism Barometer March 2017, Vol.15,
(http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_02_mar_excerpt_.pdf, Erişim Tarihi: 28.04.2017).
- Uygur, S. M. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerine Etkileri, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 2, S:33.
- White, K.Y. (2016). Eco-tourism: Better for Planet, Better for You. Eco-Business Special Report. (<http://www.eco-business.com/news/eco-tourism-better-for-the-planet-better-for-you/>, Erişim Tarihi: 26.07.2017).

Tesekkür

Yazarlar bu bildirinin saha çalışması esnasında görüşme yapılan herkese vermiş oldukları destek nedeniyle teşekkür eder.

EVALUATION OF POSSIBLE EFFECTS OF "THE WHOLE CITY LAW" ON RURAL TOURISM AREAS IN TURKEY

Asst. Prof. Dr. Demet DEMİROĞLU
Kilis 7 Aralık University
Faculty of Engineering and Architecture
ddemiroglu@kilis.edu.tr

Asst. Prof. Dr. A.Esra CENGİZ
Çanakkale 18 Mart University
Faculty of Architecture and Design
aesraozel@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Aybike Ayfer KARADAĞ
Duzce University
Faculty of Forestry
ayferkaradag@duzce.edu.tr

Abstract

Turkey has reached an important level with its sea, sand, sun, and coastal tourism in the world. However, in recent years the search for alternative tourism types / resources has prevailed under the influence of the different demands of touristic movements. In this context, rural areas have become an important alternative as tourist destinations thanks to Turkey's rich natural and cultural fiber. The Wholecity Law No. 6360 effectuated on March 30, 2014, is one of the important factors driving the present rural tourism. The aim of the present study is to demonstrate the possible effects of the Wholecity Law on rural tourism areas. The study was carried out in two stages; examining the legal structure affecting pre-law rural tourism resources and evaluating the effects of the Wholecity Law on rural tourism areas by SWOT analysis. The findings have revealed that this law might accelerate the transformation of rural areas, which form the root of rural tourism, for the purpose of industry, housing, and tourism; and this situation might negatively affect the natural and local values that make up the rural tourism components of the city.

Key words: "Whole city law", Turkey, rural tourism.

“BÜTÜNŞEHİR YASASI”NIN TÜRKİYE'DEKİ KIRSAL TURİZM ALANLARINA OLASI YANSIMALARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Özet

Türkiye, deniz, kum, güneş ve kıyı turizmiyle dünya da önemli bir noktaya ulaşmıştır. Ancak son yıllarda turizm hareketlerine katılanların farklı taleplerinin de etkisiyle alternatif turizm türü/kaynakları arayışı başlamıştır. Bu bağlamda kırsal turizm, Türkiye'nin zengin doğal ve kültürel yapısı sebebiyle, önemli bir alternatif olmuştur. 30 Mart 2014 tarihinde yürürlüğe giren 6360 sayılı Bütünşehir Yasası ise günümüz kırsal turizmini yönlendiren önemli etkenlerden biridir. Bu çalışmanın amacı, Bütünşehir Yasasının kırsal turizm alanlarına olası etkilerini ortaya koymaktır. Çalışma, yasa öncesi kırsal turizm kaynaklarını etkileyen yasal yapının incelenmesi ve Bütünşehir Yasası'nın kırsal turizm alanlarına olan etkilerinin ortaya konularak SWOT analizi ile değerlendirilmesi şeklinde 2 aşamalı olarak yürütülmüştür. Elde edilen bulgular yasa ile kırsal turizmin kaynak değerlerini oluşturan kırsal alanların sanayi, konut, turizm amaçlı kullanıma dönüşümünü hızlandırabileceği; bu durumun söz konusu kentin kırsal turizm bileşenlerini oluşturan doğal ve yerel değerlerini olumsuz etkileyebileceği fikrini ortaya koymuştur.

Anahtar kelimeler: Bütünşehir yasası, Türkiye, kırsal turizm.

1. INTRODUCTION

The migration from village to city has accelerated with mechanization of agriculture and influence of the liberal economic policies adopted in Turkey after 1950. Thus, the urban population has increased with each passing day (Yedekçi, 2015). The increase in the number of municipalities especially during

and after 1980s resulted in a dramatic growth of the scale. Within this period, the search for a new model of city management was a perpetual pursuit in order to be more operative and efficient in spatial development.

First of all, according to 1982 Constitution Act article no. 127, local governments were defined as public legal entities which serve the common needs of provincial, municipal and village residents. The aforementioned article also provided the legal ground for the introduction of special forms of administration in large settlements (1982 Constitution). The first legal regulation, which was developed based on this article and formed the foundation of metropolitan municipalities law, is the Metropolitan Municipalities Law No. 3030 effectuated in 1984 (Law No. 303). The municipalities of Ankara, Istanbul and İzmir provinces have been transformed into metropolitan municipalities according to the article of the law in question which said "municipalities with more than one district in the city center will be turned into metropolitan municipalities." When this law provided extra economic benefits to the settlements which had just become 'metropolitan municipality', some other cities were eager to follow them. Adana (1986), Bursa, Gaziantep, Konya (1987), Antalya, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Kocaeli, Mersin and Samsun (1993) were the other cities changing their status. The number of metropolitan cities reached to 16 in 2000 when Sakarya became one.

As a result of the new searches for the boundaries and jurisdictions of the metropolitan administrations in 2000s, the Metropolitan Municipality Law No. 5216 was enacted in 2004 (Law No. 5216). This law enforced that the total population of city centers and the settlements located at a maximum distance of 10 km to the municipal center must be at least 750.000 in order to organize the legal status of the Metropolitan Municipality administration smoothly and to ensure that the services are carried out in a planned, programmed, efficient, productive, and harmonious way. The extension of the boundaries of metropolitan municipalities with certain radius circles over the population scale is envisaged with the law in question, known as "divider regulation" (Zengin, 2016). According to the law, taking the governor's building as the city center, the metropolitan municipality border is 20 km radius from the center in cities with a population up to 1 million; 30 km radius in cities with 1-2 million population; and, 50 km radius in cities with more than 2 million population. However, Istanbul and Kocaeli cities were exempted in the law; their municipal borders were accepted as provincial administrative boundaries (Law No. 5216).

The system applied to Istanbul and Kocaeli has been expanded to cover many of the cities in Turkey with the law approved in 2012 and effectuated after 30 March 2014 local elections, which is publicly known as the "Wholecity Law" No. 6360¹¹. With this law, Aydın, Balıkesir, Denizli, Hatay, Malatya, Manisa, Kahramanmaraş, Mardin, Muğla, Ordu, Tekirdağ, Trabzon, Şanlıurfa and Van cities became metropolitan municipalities with provincial administrative boundaries; and, the number of metropolitan municipalities has reached to 30. Many laws and amendments have been made to the law, and important changes have been made in terms of administrative, financial, political, and zoning-planning arrangements besides the scale-related regulations in the metropolitan system (Law No. 6360). With the law, the administrative borders of big cities were extended to the provincial boundaries; and a very large rural area which constitutes the source value of rural tourism has been integrated into the municipal boundaries of metropolitan cities.

The objective of this study is to reveal the possible effects of Law No. 6360 on rural tourism areas. The study will first give information on the general characteristics of the law as well as the changes introduced by it under general headings. In the second part, rural tourism will be discussed. At the end of the study, the possible effects of the law on rural tourism will be evaluated by SWOT analysis.

1.1. Law No. 6360 and General Characteristics

¹¹ The names of "The Law regarding the Establishment of Metropolitan Municipalities in Thirteen Cities and Twenty-Six Districts and Changes on Certain Law and Legislative Decrees," "the Law No.6447" that turned the city of Ordu into a metropolitan municipality, and "Law No. 6360" were changed into "The Law regarding the Establishment of Metropolitan Municipalities in Fourteen Cities and Twenty-Seven Districts and Changes on Certain Law and Legislative Decrees."

Law No. 6360 titled as "The Law regarding the Establishment of Metropolitan Municipalities and Changes on Certain Law and Legislative Decrees" was approved by the assembly and announced on the 6.12.2016 copy of the official journal on the condition that it effectuates after 30 March 2014. With this law, 14 new metropolitan municipalities have been established in addition to the existing 16 metropolitan municipalities, and the number has reached to 30. The law has enforced that the boundaries of all the major cities have been extended to the provincial boundaries; the legal entities of many villages and towns were abolished, and thus, they became the neighborhoods of the cities and districts in which they were formed.

The rationale for the enactment of this law was to ensure effective service with centralized administration; to enhance the coordination and quality of services; to reduce the unit cost by providing services from a more efficient center; and, to create macro scale plans and policies covering the entire metropolitan area in a comprehensive framework [TBMM], 2012).

Some serious changes were made in the administrative structure of Turkey with the law in question (Table 1);

- The necessary condition for being a metropolitan municipality has been changed so that the provincial population must be over 750.000 rather than the municipality population is over 750.000. Thus, 14 provincial municipalities were changed into metropolitan municipalities. The borders of 30 metropolitan municipalities were overlapped with provincial administrative boundaries; and, the borders of the district municipalities were also overlapped with district administrative boundaries.
- Legal entities of the villages and municipalities within the boundaries of metropolitan districts were abolished. Within the metropolitan municipalities, township municipalities became single municipalities including their neighborhoods attached to district municipalities. The municipalities whose legal entities have been abolished and thus, become villages were allowed to be attached to neighbor cities and districts with more than 2.000 residents.
- The legal entities of township municipalities with less than 2.000 residents were abolished in the other cities which were not turned into metropolitan municipalities. In 51 non-metropolitan cities, the municipalities with less than 2.000 inhabitants were abolished and turned into villages.
- In metropolitan cities, the villages were transformed into neighborhoods and minimum 500 inhabitants must reside there to become neighborhoods.
- After the passing of the law, 1.580 township municipalities and 16.140 village legal entities lost their legal status. At the provincial level, the local government units were organized only as metropolitan and district municipalities.
- In 14 new metropolitan municipalities, 25 new districts were established, and the total number of the district municipalities inside metropolitan cities reached to 519 from 143.
- The criterion to become a district municipality inside metropolitan cities became 50.000 residents instead of 20.000.
- Provincial administration units in 30 metropolitan cities were abolished; and, Investment Monitoring and Coordination Directorates were established in their place.

Table 1. Change in the administrative structure before and after the Law No. 6360 (General Directorate of Local Authorities- [MİGM], 2015).

Type of administration	Before 6360	After 6360	Number of change
Metropolitan Municipality	16	30	+14

Metropolitan District	143	519	+376
Provincial Municipality	65	51	-14
District Municipality	749	400	-349
Township Municipality	1977	397	-1580
Provincial Administration	81	51	-30
Total Municipality	2950	1397	+1553
Village	34.283	18.143	-16.140

This new structure has changed the urban and rural population balance in the country. With the law, most of the village and township entities were abolished and the urban population of the country has reached to 91% from 77% (Turkish Statistical Institute [TUIK], 2014).

1.2. Rural tourism concept and components

Turkey has reached an important level with its sea, sand, sun, and coastal tourism in the world. However, in recent years the search for alternative tourism types/resources has prevailed thanks to the different demands of tourism participants (Çeken *et al.*, 2007).

In this context, rural tourism has become an important alternative thanks to Turkey's rich natural and cultural structure (Emekli *et al.*, 2007). It is a significant tourism type whose importance is increasing each passing day due to the fact that it can be done for 12 months; it is compatible with other tourism types; recreational activities are integrated with natural environment; and it makes economic contribution to local people living in rural areas (Kızılaslan and Ünal, 2013). The source value of the rural tourism is rural area. The fact that cultural, social, demographic, economic, environmental, and spatial diversity included in rural areas gained new meanings with changing conditions over time makes rural areas difficult to define. In fact, countries make their own rural area definitions by taking their administrative structures into account, and even adopt their own, different definitions explained in various studies. In all the studies published by TUIK regarding "rural" and "city", the population was used as a criterion, and the settlements with more than 20.000 residents were accepted as the city (Former Ministry of Agriculture and Rural Affairs, 2009). Rural areas were seen as naturally, environmentally, and socially uncontaminated areas in the 18th and 19th centuries. In the 20th century, these areas were regarded as centers of agricultural production, and rapidly growing industrialization and urbanization process hindered agricultural activities. This has accelerated the migration from the village to the city and caused a development against the rural areas. In this period, rural areas turned into areas with low population density, agriculture-dependent economic life, life shaped by natural conditions, and traditional values, lacking social facilities such as education, health, and communication. However, with the urbanization dynamics of the 21st century, rural areas have started to be considered as mixed areas due to intense human-nature interaction in this area as well as their specific social and economic structures. These areas where agriculture was seen as the main sector before, have turned into spaces that interact with urban people with the development of rural tourism activities (Yenigül, 2016). Nowadays rural tourism is seen as a symbol of success in diverting rural area activities to non-agricultural sectors. The richness and diversity of natural and cultural assets in rural areas presents a significant potential for the development of tourism activities (Karaman *et al.*, 2016).

According to Küçükaltan (1997), rural tourism "is all the events and relations arising from temporary accommodation needs in the rural areas outside the places where people are permanently residing, by demanding the goods and services produced in natural texture of the area by agricultural producers." According to another definition, rural tourism is a type of tourism that takes place when tourists visit a rural settlement in order to spend their vacation in the natural environment, meet with different

cultures, and watch and participate in the activities specific to that rural settlement (Kiper and Yılmaz, 2008). According to the European Commission, it is described as the desire and wish of people who enjoy holidays in countryside, seeing rural heritage and enjoying rural life (Karaman *et al.*, 2016).

Rural tourism with versatile and complex activities is an important and a rapidly growing tourism type in that it solves economic, social, and psychological problems arising from the concentration of tourists in the space. It saves tourism from the dominance of traditional coastal tourism, exploits the relaxing atmosphere of rural areas, and provides additional income to agricultural producers with lower income compared to other sectors. As a type of tourism emerging in rural areas, rural tourism is a versatile and complex activity. Rural tourism is also known as farm tourism, green tourism, or highland tourism. Furthermore, it is a tourism type dependent especially on ecotourism, shopping, skiing, cycling, horseback sightseeing, adventure, rafting, sports, thermal tourism, hunting and fishing (Çeken *et al.*, 2015).

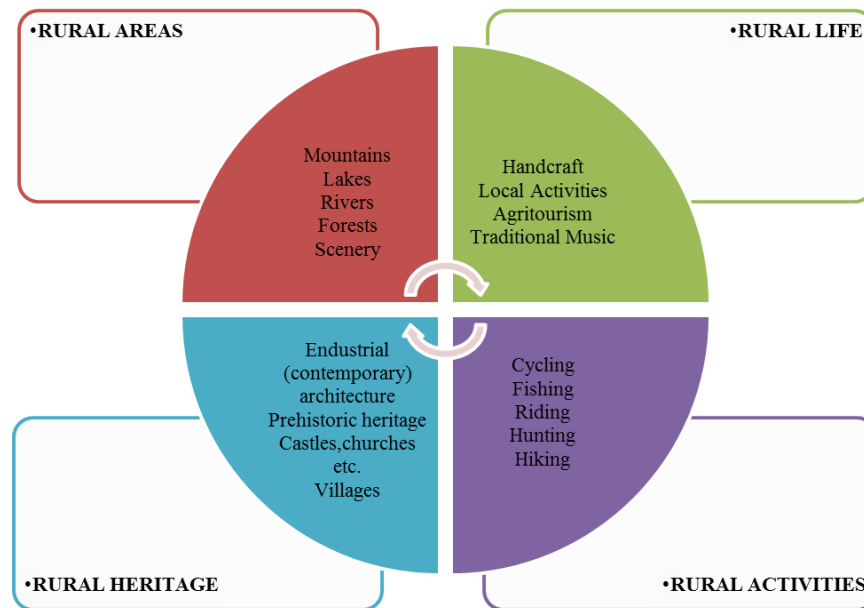


Figure 1. Rural tourism components (Ceken *et al.*, 2015).

In short, rural tourism activities are shaped by rural areas, rural heritage, rural life, and rural activities (Figure 1). Being one of the basic tools of rural development, rural tourism makes great socio-economic and cultural contribution to the people living in rural areas. It is an effective alternative in addressing these problems by effectively using rural tourism supply potential in countries where the development gap between regions and poverty is more frequent. Rural tourism enables farmers to get additional income and increase the level of prosperity by using natural, socio-cultural, and historical values of the region without leaving agriculture, which is the main occupation of farmers, especially in places where agricultural activities are intense (Çekten *et al.*, 2015).

2. MATERIAL AND METHOD

The basic material of this study is the Law No. 6360, known as "Wholecity Law". In order to demonstrate the possible effects of the law on the rural tourism resource values, secondary data sources extracted from the basic literature on the subject, from the environmental situation reports and TÜİK data were used. SWOT analysis was used in evaluating these effects. The term SWOT is an abbreviation of four English words [Strengths, Weakness, Opportunities, and Threats (Akça, 2006)]. The SWOT Analysis, in other words the TOWS Matrix, is used as an auxiliary tool in the decision-making phase within a predetermined topic. The main objective of the analysis is to ensure that the decision-making stage is able to see the strengths, weaknesses, advantages, or disadvantages of the

subject at the same time (Anonymous 2017). By using this analysis method, the advantages and threats of the law will be illuminated and interpreted.

3. RESULTS

The results given in Table 2 shows the data acquired with SWOT analysis of the Wholecity Law.

3.1. Strengths-Opportunities

No changes were proposed for the article 7 (b) of Law No. 5216 before Law No. 6360. Metropolitan municipalities will be able to prepare 1/5.000 and 1/25.000 scale plans for the whole city, and change 1/1.000 scale zoning plans of the district municipalities in addition to provincial environmental plans. In short, with the last law, all the planning authorization in terms of environmental regulation, master and implementary plans have been gathered in a single hand, namely the metropolitan municipalities. Keles (2012) stated that the most positive side of the new regulation was the holistic principle approach in planning. Ersoy (2013) emphasizes that cities are not entities in their own right, and they are in intensive relation with their environment and the region. In addition, he stresses that avoiding the disjointed and fragmented handling of small sections and making an upper-scaled plan of the whole city by a single authority is a befitting approach in terms of planning principles. Ersoy (2013) states that he finds the current regulation more meaningful compared the previous "divider law" which was used to define the borders of metropolitan municipalities and was not based on any research and evaluation. Furthermore, he expressed that the coordination of the planning activities at the provincial level under a single authority would be more favorable than the existence of a number of plans which were not prepared in coordination, incompatible or contradictory to each other and which were prepared by different local units with narrow local interests and anticipations. This case in the law is considered to be positive in that the areas covering rural tourism resources are under the responsibility of a single authority in coherence with rural-urban integrity. In fact, in his study analyzing the case of Aydın province, Genç (2014) emphasized that it can provide positive contributions in solving the urbanization problems of the province which shows a very fragmented structure in terms of local administration. In addition, he found out that a single-hand planning of the coastal and natural areas will help achieve safe coordination and planning, and activate the potentials in a city such as Aydın with many advantages with its agriculture, tourism, transportation, and young population.

With this new regulation 1.580 township municipalities and 16.140 village legal entities have been abolished and turned into neighborhoods within municipalities. Therefore, provision of basic services such as drinking water, sewage, water and wastewater treatment, collection of garbage, fire brigade, municipal police, and transportation services, and building recreation areas such as playgrounds and sports facilities within the scope of creating healthier living areas will be carried out by experienced municipalities. This is an important step to improve the living conditions in rural areas.

In addition, the authority is given to the district municipalities to "do architectural projects appropriate to the region's architectural structure in the newly-founded neighborhoods; to repair, maintain and construct, temples; and evacuate or demolish buildings which pose threat to the security of residents." If the district municipalities demand it, the metropolitan municipalities will support them in performing these services, according to the law. It is important that building structures which are suitable to the local architecture and the supervision of buildings against disaster risks are given to municipalities for planned housing. Thus, the protection of rural architecture can be achieved.

3.2. Weaknesses-Threats

Ersoy (2013) stated that the provincial boundaries are not the most suitable planning areas; the borders of cities whose relational network might exceed national borders can be too large for some cities; planning limits at the "local" level can vary greatly regarding temporal and spatial borders; and thus, there is no "ideal" measure at any given time. In parallel with Ersoy's views (2013), Ürkmez and Çelik (2016) expressed that while provincial boundary as metropolitan city borders are too small for Istanbul, it is too large for cities with low population density such as Kayseri, Konya, Muğla and Şanlıurfa. They emphasized that it is impossible for metropolitan municipalities with low technical

and economical sources to do supervision, to inspect buildings, and to provide adequate and necessary infrastructure services in these large areas.

Considering the ecological planning principles, "Provincial Border" cannot be accepted as a natural boundary. This situation poses a serious threat to rural tourism, which is enriched with natural and cultural values. The planning integrity gains a different dimension at the local level, where the broad range of participation opportunities is the main element of democratic management when it comes to benefits of planning for larger areas for upper scale plans and sub-scale plans. After the township municipalities were abolished and the planning power was transferred to district municipalities, the participation opportunities of local people in sub-scale planning was greatly reduced and the principle of locality is seriously damaged (Ersoy, 2013).

Due to the dissolving of lower class in management hierarchy, and the weakening of the system, there is a threat that rural problems are not conveyed to the upper management.

Table 2. SWOT analysis results

<p>Strengths / internal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Planning integrity will be ensured. This way, all the planning powers regarding landscaping, layout and implementation plans was gathered in a single place, namely in the metropolitan municipalities. • The rural and city will be governed by a single authority, and the fragmented approach will diminish. • The quality of service will increase. • Planned housing will preserve rural architecture. • Infrastructure and superstructure services will be provided in rural areas 	<p>Opportunities / external</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preserving local architecture can contribute to rural tourism. • Planned rural tourism activities can be improved by including them in the planning hierarchy of rural areas. • Metropolitan municipalities may notice their deficiencies in terms of planning and management of rural areas; and they might implement a new structure in rural area management and practice.
<p>Weaknesses / internal</p> <ul style="list-style-type: none"> • Localization principle and participation will be damaged in the planning process. • Expansion of jurisdiction will result in even distribution of service. • The living costs (property tax, environmental cleaning tax, water, and wastewater charges, etc.) of people living in rural areas will increase. • Project costs (haystack, water depot, etc.) in the rural areas will increase. • Metropolitan municipalities will be insufficient in managing rural areas (agriculture, forest, shrubbery, meadow, and pasture). • Funds that support rural tourism will change. • The areas covering most of the agricultural employment will gain urban status. • Transforming villages into neighborhoods may lead to zoning for housing or even to their sale. • Rural areas can be used for different purposes 	<p>Threats / external</p> <ul style="list-style-type: none"> • On the basis of ecological planning principles, "Provincial Boundary" cannot be accepted as a natural boundary. This situation poses a serious threat to rural tourism, which is enriched with natural and cultural values. • Due to the dissolving of lower class in management hierarchy, and the weakening of the system, there is a threat that rural problems are not conveyed to the upper management. • The bureaucracy might take over in the provision of services in rural areas, which can lead to waste of time. In addition, enlargement of the borders may decrease the quality of service. • The increase in taxes in the rural areas will increase the cost of living. • Increasing costs will lower living standards, which will trigger rural migration, and have adverse effect on rural tourism. • There will be many governance-based

(settlement, industry, etc.).	<p>problems in rural areas (agriculture, forest, shrubbery, meadow, and pasture).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Problems in agricultural employment and production may arise • Projects for rural tourism will decrease due to reduced support. • The villages will be exposed to unfair rent competition. • The cultural structure, local values, traditions, and customs in rural areas will be threatened. • Biodiversity in rural areas will be threatened.
-------------------------------	---

Since metropolitan borders started covering the provincial borders, the area of the services to be provided (Ministry of Environment and Urbanization [ÇSB], 2011), service distances (General Directorate of Highways [KGM], 2016) and population to be served by municipalities have increased (TUIK, 2014). These increases might lead to reduced accessibility, inadequate service delivery and quality; inefficient and ineffective service as well as failure in services, decrease in citizen satisfaction and waste of resources (Genç, 2014). For example, this situation raises serious concerns about the delivery of municipal services to the rural areas where rural tourism activities will be carried out. In his evaluation on Şanlıurfa, Kayasu (2014) flourished positive feelings towards law in that it ensures more shares from public investments for the city; but he also expressed that the metropolitan municipality will have difficulties considering social and infrastructural deficiencies, the number of villages and hamlets, and the size of the area to be served. The bureaucracy might take over in the provision of services in rural areas, which can lead to waste of time. In addition, the expansion of the borders may decrease the quality of service.

With the new law, rural population has to undergo additional financial obligations (though implementation was postponed for 5 years). Village residents will have extra financial burdens such as estate tax, environmental cleaning tax, water, and wastewater fees. Regulation under the law was accepted to delay the collection of taxes, fees, and shares for 5 years. In the same way, the drinking and tap water wages are also limited to 25% of the minimum wage of normal price for 5 years. Considering that 75% of the total water use in Turkey is used for agricultural purposes (Şahin, 2007), this will increase the cost of living for people living in rural areas.

After villages were turned into neighborhoods, the villagers had to pay various project costs such as barns, haystacks, water reservoirs, etc. After this 5 years, the villages which were exempt from the estate tax and water fees, will lose this privilege and their already-low living standards will be reduced in rural areas. These financial burdens will reduce the attractive power of living in the countryside, and will trigger migration from the village to the city. This will have negative effect on rural tourism activities.

When the land assets of the metropolitan cities are analyzed according to the provincial environmental status reports, it was found out that most of them are rural areas. Approximately 65% of the 30 metropolitan municipalities are made up of rural landscapes like farm land, forest, shrubbery, meadow, and pasture. This ratio varies between 62.2% (Mardin) and 98.5% (Hatay) in metropolitan cities. This ratio is over 90% in Antalya, Balıkesir, Konya, Malatya, Muğla and Eskişehir. With the Law No. 6360, various problems might occur in managing rural areas that have rural tourism potential.

The ratio of agricultural employment, which is an important issue in terms of rural tourism, is above the average of Turkey with the two thirds of the metropolitan cities, namely 20 of the 30 big cities. In addition, most of the major cities (Konya, İzmir, Manisa, Balıkesir, Ankara, Mersin, Samsun, Adana, Antalya, Şanlıurfa and Aydın are in the first place) have high plant and animal production potentials. In the provinces where the population and area will gain urban status in metropolitan municipalities, it is likely that both agricultural employment and agricultural production will be damaged (Üçer et al., 2014). It is stated in the related article of the law (Article 7/f) that the metropolitan and district municipalities can support agriculture and animal breeding. However, city and district municipalities

do not have the infrastructure for agricultural services. In this case, eventually agricultural services will be hindered and the solution for many problems in rural development will not be solved eventually.

With the law, the legal entities of the towns and villages were abolished, and all settlements were considered as cities. This situation has the potential to create negative effects on rural policies. Indeed, the villages which were turned into neighborhoods will not be able to use KÖYDES, Agriculture and Rural Development and EU funds for rural tourism purposes (Gökyurt *et al.*, 2015). Projects for rural tourism will be reduced due to low funds.

The legal entity of 47% of the villages in Turkey (16.140) was abolished and they turned into neighborhoods. Ayman Güler, (2012) expressed that village governments are also a type of local governments, and thus, their tradition and historical background should be considered; and stressed that village governments are local government units with different rights and privileges, possessing their own wealth and the right to use forests and mines. According to the law, the villages will continue to benefit from rangelands, pastures, and winter quarters. However, all those property belonging to village governments will be transferred to municipalities, and thus, they will no longer become the common property of village. In addition, there is a possibility that these properties can be rented or even sold in the coming years, which leads to a decrease in rural tourism areas and their effectiveness in rural settlements. Local Government Research and Education Association (YAYED) proposed their opinion on the law and stressed that these rural areas are faced with the risk of being zoned for housing under the name of urban renewal after they were transferred into municipalities. Furthermore, they expressed their concerns in that the income from those properties will be transferred to municipalities; if the village land is zoned for housing, low-income villagers (farmers and breeders) will have no gain from the value rise of their lands; they will become poorer; being no longer villages now, their land might be sold to foreigners; and, forest villages have the danger of being zoned for housing.

It is worrisome that the unaesthetic and monotonous housing that is observed in the outskirts of cities and that boomed with construction, housing, and real estate sectors, might spread to rural areas (Yaşar, 2014).

Considering the majority of service areas of new municipalities' is agricultural areas, pastures, forests and ecologically sensitive areas, the planning and development activities to be carried out in such a way as to include these areas are becoming more important. Not being able to protect these areas and their being zoned for housing will cause ecological problems as well as economic and social problems, and this will negatively affect the rural tourism sector. These effects can be summarized as follows in general:

- There is a danger of transforming natural environment into artificial structures as seen in today's cities. Negative environmental effects might occur such as overuse of freshwater resources, destruction of forests, soil erosion, destruction of biodiversity, damage to cultural heritage, air transport and noise pollution caused by the crowd, visual pollution caused by unskilled construction.
- It will cause a kind of "cultural pollution" in the rural areas leading to disappearance of local traditions and customs of local people in social and cultural scale.
- Excessive and intensive use of rural areas may disrupt ecological balance by destroying agricultural, natural, and culturally protected areas.
- The fact that local people get the opportunity of using the money they get from rural tourism in the non-agricultural sectors and even outside the region is likely to cause rural tourism to deviate from its real aim of developing the local economy.
- Including rural areas into zoning activities might lead to reduced attractiveness of these areas and loss of local values and identities.

4. CONCLUSION

A very large rural area, which has many natural and cultural values and constitutes the source values of rural tourism, has been attached to the municipal boundaries of the metropolitan area with the law. This is a fundamental change that brings with it the threat of changing the natural and cultural values of rural areas. Especially the transformation of villages as the basic source of rural tourism into neighborhoods is the first example of this change. Ultimately, the future economic and administrative changes will trigger the change of villages in our country where migration from country to the city is quite prevalent. Local people, in particular, as the greatest supporter of this system will express more desire and expectation for their villages to be turned into cities.

The effects of change on environmental, economic, social, and cultural impacts on rural areas are quite disturbing considering rural population and employment rates after metropolitan municipalities gained the right to use rural areas. Along with the law;

- The rural-urban distinction in Turkey will almost cease to exist and rural areas with high natural value, agricultural areas including forests, meadow-pasture areas and regions with high ecological sensitivity will form most of the service areas of municipalities.
- These ecologically sensitive rural areas will be used for purposes other than their intended use; and their ecological balance will be disrupted.
- Moreover, the unintended use of these areas will adversely affect their distinctive qualities and values.
- Although the basic services to be delivered to the rural areas will be carried out by municipalities which are highly experienced in this field, this situation will adversely affect the effective and efficient delivery of rural services due to population increase, and insufficient physical and technical conditions.
- Management will be gathered in one hand. The local distinctness and differences will be ignored.
- Though the law implementation is postponed for 5 years, it will load additional financial burdens to local people. This situation will trigger the migration from rural to city.

In order to eliminate these possible negative effects and concerns, some measures should be taken to ensure sustainability of rural tourism resource values, which are among the important sectors of rural development. The administrative borders of the provinces should be determined by considering the different economic, ecological, social, cultural, and physical qualities and functions of cities in the light of scientific principles. Rural tourism management plans of these areas should be established. The management and technical staffs of the local administrations regarding the rural areas must be immediately created and effective rural policies should be urgently developed.

REFERENCES

- Anonim, 2017. Swot Analizi www.daron.yondem.com/software/post/9b36c7fd-8b36-4e57-a8f1-2e6877a79c9b Erişim Tarihi:16 Ağustos 2017.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. Resmi Gazete Tarih: 9.11.1982. Sayı:17863, 1982.
- 3030 sayılı kanun. Büyük Şehir Belediyelerinin Yönetimi Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun. Resmî Gazete ile yayımı : 9.7.1984 Sayı : 18453)
- 5216 sayılı kanun www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5216.pdf
- 6360 sayılı kanun www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6360.pdf
- Akça, H. (2006). Assessment of Rural Tourism in Turkey Using SWOT Analysis, *Journal of Applied Sciences*, 6 (13), 2837-2839.
- Çeken, H., Karadağ, L., ve Dalgın, T. (2007). Kırsal Kalkınmada Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma, *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*,7(1),1-14.

- ÇŞB, 2012. 2011 yılı il çevre durum raporları. ÇED İzin Denetim Genel Müdürlüğü Çevre Envanteri ve Bilgi Yönetimi Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Emekli, G., Südaş, İ., ve Soykan, F. (2007). Göç, Kırsal Kalkınma-Kırsal Turizm ve Türkiye, 8. Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 10-15 Eylül 2007 Ankara, Türkiye
- Ersoy, M. (2013), 6360 Sayılı Yasa ve Mekânsal Planlama Sorunları, GAP Belediyeler Birliği Dergisi, Mayıs, Haziran Temmuz sayısı, s.20-32
- Genç, F.N. (2014) 6360 sayılı Kanun ve Aydın'a Etkileri, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 1, Özel Sayı, s.1-29
- Gökyurt, F. Kındap, A. ve Sarı, V. İ. (2015), Türkiye için yeni bir şehir tanımı gerekli mi?, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, 24 (1), 1-32.
- Güler A., B. (2012), Hükümetin 8 Ekim 2012 Günlü Bütünşehir Yasa Tasarısı üzerine, www.yayed.org.tr. Erişim Tarihi: 01 Ağustos 2017.
- Karaman, A., Baltacıoğlu, S. ve Gürhan, Y. E. (2016). Kırsal kalkınma açısından kırsal turizm ve halkın için proje önerileri, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi, 18(2), 165-185.
- Karasu, M.A. (2014) Şanlıurfa kentsel gelişmesi ve 6360 sayılı büyükşehir belediyesi kanunu, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 1, Özel Sayı, s.178-193.
- KGM, 2016. İl ve ilçeler arası mesafeler. <http://www.kgm.gov.tr/SiteCollectionDocuments/KGMdocuments/Root/Uzakliklar/ililcemesa fe.pdf>. Erişim tarihi: 1 Ağustos 2017.
- Kızılaslan, N., ve Ünal, T. (2013). Manisa Spil Dağı Milli Parkı kırsal turizm potansiyelinin belirlenmesi, Gaziosmanpaşa Bilimsel Araştırma Dergisi, Sayı: 7, 10-29.
- Keleş, R. (2012) Anakentin dünü, bugünü ve yarını, Kentsel ve Bölgesel Araştırmalar Sempozyumu, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- 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.
- 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.
- MİGM, 2015. 2014 Yılı Mahalli İdareler Genel Faaliyet Raporu, T.C. İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü. Ankara.
- Üçer, A.G., Yenigül, S. B. Ve Varol, Ç. (2014). Büyükşehirden bütünşehire: Yerel yönetim politikalarındaki değişimin kırsal alana etkisi, İdealkent, 12, 26-59.
- Şahin, A. 2007. Türkiye'de tarımsal su kullanımında fiyatlama politikaları, Kamu-İş, 9(3).
- TBMM, 2012. 6360 sayılı yasa gerekçesi. T.C. Başbakanlık Kanunlar ve Kararlar Genel Müdürlüğü. Ankara.
- T.C. Tarım ve Köy işleri Bakanlığı, 2009. Kırsal Kalkınma Planı (2010-2013), Ankara.
- Yaşar, C.G., (2014). Bütünşehir Yasası ve Kırsal: Tarım, Kentleşme ve Diğer Şeyler Üzerine, Mimarlık Dergisi, Sayı.376, Mart-Nisan 2014. www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=390&RecID=3343 Erişim Tarihi: 1 Ağustos 2017.
- YAYED (2012). 10 Temmuz 2004 Tarih Ve 5216 Sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'nu Değiştiren Büyükşehir-Bütünşehir Tasarısı Hakkında YAYED Görüşü (11 Ekim 2012) www.sendika.org/2012/10/degistirilen-buyuksehir-butunsehir-tasarisi-hakkinda-yayed-gorusu. Erişim Tarihi: 14 Ağustos 2017.
- Yedekçi, G. (2015). Dünyada ve Türkiye'de uygulanmış örnekleri ve özgün dönüşüm modeli önerisi ile kentsel dönüşüm. Mimarlık Vakfı İktisadi İşletmesi Yayını, ISBN 978-605-86645-6-2, İstanbul
- Yenigül, S. B. (2016). Büyükşehirlerde tarımsal alanların korunmasında kentsel tarım ve yerel yönetimlerin rolü. Megaron, 11 (2), 291-299.
- Zengin, O. 2014. Büyükşehir belediyesi sisteminin dönüşümü: son on yılın değerlendirmesi. Ankara Barosu Dergisi, Sayı 2, 91-116.
- TÜİK, 2014. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi, www.tuik.gov.tr. Erişim Tarihi: 10 Ağustos 2017.

Ürkmez, G.K. ve Çelik, H.Z. (2016). 6360 sayılı yasayla mekânsal ilişki sisteminin kırsal-kent ikileminde yeniden yapılanışı ve yerel yönetimler: Kayseri ili örneği. *Çağdaş Yerel Yönetimler*, 25 (3), 69-94.

PRAGMATISM AND DIVERSIFICATION OF THE KAZAKH NATIONAL FOOD CULTURE

Natalya CHERNYAVSKAYA

PhD, M.Kh.Dulaty Taraz State University, Faculty of Technology
chnp.tarsu.kz@gmail.com

Gulmira AKHATOVA

Master, M.Kh. Dulaty Taraz State University, Faculty of Humanities and Social Sciences
omarova-69@bk.ru

Abstract

In the context of development new forms of tourism during globalization era, an important role is allocated for modernization of public consciousness based on the idea of national identity preserving. The established traditions and issues of primordial knowledge preservation of products and food culture of indigenous Kazakhstan people are considered by authors. Historical aspects of appearance and conditions for ensuring the sustainability of food systems of the people in Kazakhstan were analyzed. Possible ways of the national food culture diversification at the current stage are considered. The national cuisine of the people inhabiting the Republic is considered in the context of historical development, and also through the contribution towards the local traditions enrichment. The authors attempted to develop indicators, criteria and assess the degree of sustainability.

Key words: national cuisine, food culture, sustainability, traditions, traditional products, national identity, pragmatism, diversification.

1. INTRODUCTION

Exclusive food, traditional national recipes and consumer culture represent new sustainable touristic product. Each nation has historically developed culture of food, acquaintance with which is interesting, and knowledge is necessary part of respect and development of restaurant business in the modern world. At the same time, in the context of globalization and high level of assimilation of nations and cultures, strive for benefits of civilization, and influences of touristic flows in modern world, it is necessary to evaluate social and cultural stability in such fields as production and consumption of typical agro-food products. In recent years there has been a development of public interest in national products, in studying their cultural component and special properties related to the health effect. Local food culture is known to be pragmatic and close to the land and in the countryside gastronomy still stores unique and interesting characteristics. Nowadays regularly the issue of ensuring the sustainability of a food culture and the production of traditional food products rose.

Basis of article is the analysis of information on a question of degree of preservation traditions of the national Kazakh cuisine and its possible diversification. Data were collected in mass media, and also during interview to various target groups.

2. LITERATURE REVIEW

2.1. International Tourism and its Effect on Self-Identity and Identity Preservation

Today the united tourist communicative field formation actively affects cultural identification problems. In the age of globalization, researches from all around the world raise the questions of revival and identity preservation as well as self-identity of ethnos and entire populations.

It is well known that the main idea of tourist motivation, base goals and values of tourist exchanges lay in intercultural communication.

The main unit of culture in the mental human world are definite items of intercultural communication (they are called “concepts” or “parameters”), and at the higher level – their systems as well.

The system of the international tourism unites different functional direction levels: producing, technological, marketing, managing, and cultural: social cultural, ethno cultural, national cultural,

universally cultural (Stepanov, 2004). The concept “identity” is one of the basic indicator reflecting universal common cultural and common humanitarian values of tourism, among which “authenticity”, “sustainable tourism”, “cultural heritage”, “cultural tourism” and others can be emphasized. The similar concepts carry in the strong humanitarian imperative (Moshnyaga, 2007). Certainly, the question is whether globalization leads to local identity destruction accepting community tourists or vice versa. It depends on how the local community perceives itself in the context of principles and values, insofar as its representatives are able to identify patterns of own “local identity” consciously or unconsciously as compared to what is known as “global identity” having been brought by tourists from outside, as well as the ability to resist against it (Rekom and Go, 2006).

On the example of certain nation’s development, it has been proved that along with globalization tendency, erasing the borders of national and destroying the originality of ethno cultures, the opposite localization tendencies act, promoting a unique and nationally colored product in the world market. On the basis of their interaction, the concept “glocalization” has entered the science practice, combining the global and local patterns in the united approach to the development and promotion of the tourist product. It is necessary to make the tourist product well adapted for being understood and accepted at the global tourist market. The results of some researches allow us to make a conclusion that international tourism is particularly the strongest factor and a stimulus of local identity preservation. It is difficult to identify whether some communities would be able to preserve their authentic identity on the conditions of globalizing world if there were no tourists’ entry having been motivated by attending of authentic, historical, “alive” society culture. However, the question of authenticity rate of cultural identity is complex and understudied.

On the other hand, the tourist activity might differently affect the condition of cultural, ethnical and social identities and the process of identity itself in the world accepting tourists in the society. International tourism brings valuable references, behavior stereotypes, consumption models that are new for the local society, affecting identity and self-identity processes. Tourist destination and inhabitants of local community respond economically and psychologically to consumers requests and supplying companies as well or receptive community somehow accepts the rules of some game – “being self for aliens” (MacCannell, 1992). The researchers pay attention on the necessity in deeper and more detailed identity problem studying in the context of intercultural communication in the tourism, as human history, culture and lifestyle enter the tourist product (Burns and Novelli, 2006). It is important to note that modern tourist demand consumption forms also strongly reflect the tendencies of tourist demand diversification and admit that tourists themselves are not a homogeneous group. A growing interest to identities in the tourism is created by postmodern climate in community, culture and subsequently in the tourism at the end of XX – the beginning of XXI centuries, appeared not only in aiming at striking image and eccentricity, unconventionality and marginality, game and entertainment, esthetic delight, (Grechko, 2006) intensity and heuristics but also at penchant for self-knowledge. This way, identity, identification and self-identification are not only conditions of sustainable development of cultural communities as tourist destination, but also strategic factors in the intercultural communications and international tourism. This way the effects of tourism globalization actualize the need in preserving its identity in the community itself stimulating its development and strengthening. It is particularly interesting how modern practice strengthens the ethno consciousness and why native identity is important in the public sphere.

The accent on economical basis of ethno cultural identity is common for post-soviet practice law of preservation of ethno cultural identity. However, the traditional nature consumption cannot provide the quality of life for majority of nations that agree with the modern standards of quality of life. Khilkhanova E.V. also pays attention on fact that in the post-soviet period of ethnical qualities preservation majority of nations saw as a task of government policy when inner, subjective, forceful and valuable aspects appeared to be very important factors (Khilkhanova, 2014). In classical theories the processes of ethnical identity and self-identity correlate with the particular ethnical qualities. New concepts exist, according to which now sustainable concepts of “symbolic ethnicity” and “double ethnicity” entered the practice. The common basic processes of ethnos assimilation are the level of mother tongue depending on age group, profession, using national clothing, knowledge of ceremonies,

the attitude to mixed marriage, migration processed, and so on (Koptseva, 2014). The main aspect here is a parameter as sustainability to national food culture that tensely linked to crafts and traditions as well as other processes mentioned above.

2.2. Special Aspects of National Food Culture Development of Kazakh Nation

It is accepted that the gene memory is saved in national food being passed from generation to generation, and a secret of healthy and strong nation lies in appropriate food culture. Definitely, in Kazakh national cuisine the soul of nation, its history, customs and traditions are reflected like in mirror.

The traditional world view of the Kazakhs was the syncretic composition of Islam with rites of ancient views, faith and cults, which was defined as “dual faith” by famous Kazakh scientist and enlightener, Chokan Valikhanov. The national worldview of the Kazakhs in combination reflected the definite philosophical nation’s position relating to the objective world and found its expression in all spheres of life.

During all their history, from the moment of nation’s formation at the beginning of XVI century until state-territorial formation of Kazakhstan in 1925 the Kazakhs as Turk tribes were nomads, and the Kazakh national culture is still nomadic according to its lifestyle and housekeeping (Kozibaev, 2010).

This type of household management as well as the type of economic relations, being compounded by isolated effect of huge steppe areas where a comparably small-populated Kazakhs lived, created one-way of food resources for a long time.

It is necessary to pay attention to the change of population in Kazakhstan. The population of the sovereign state of the Republic of Kazakhstan in the course of formation of the ethnic territory and demographic structure passed a difficult historical way. Population in the Kazakh khanate during folding in the middle of the XV century was about 200 thousand people. For the next 70 years there was a forced growth of the population due to collecting of the Kazakh nationality and its territory. At the beginning of the XVI century the number of people of Kasym khan was one million people.

The beginning of formation of multinational structure of Kazakhstan population belongs by the time of emergence of "the Cossack outlaws". Also at the end of the XIX century country colonization from Russia and Ukraine amplified, and on the basis of the fortresses constructed during military and migratory expansion of Russia there were first colonial cities occupied mainly by Russians, Ukrainians and Tatars. Almost at the same time Uyghur people and Dungs moved from China. According to population census of the Russian Empire 1897 in the territory of Kazakhstan three largest ethnic groups were allocated: the Kazakhs were of 81,7% of the population, Russians - 10,9 and Ukrainians - 1,9%. But in 1914 the specific weight of Kazakhs was lost to 65,1% due to positive balance of migration of the Slavic population. By the beginning of the XX century representatives about 60 nationalities lived in the region, among them there were German, Polish, Mordovians, Dungs, Tajiks, Jews, etc., with an exception of the Turk population (Uzbeks, Uyghurs, Kyrgyz, Karakalpaks, Tatars, Bashkirs etc.) (Brinj, 2014).

There were 6198467 people lived on Kazakh land in 1926, and the number of Kazakh people was about 59%, thus the number of urban population was insignificant – only 8,4%. This census recorded large changes of number of structure of the population of Kazakhstan in comparison with 1897 that occurred because of the expense of a natural increase of local population, and generally because of unorganized inflow migrants from Russia and Central Asia as well (Asylbek and Asylbekova, 2015).

For this reason the famous Russian researcher and the author Pokhlebin V., who investigated cuisines of different nations all over the world defined Kazakh cuisine as the youngest among the countries of the former USSR - "... it started developing only at the end of XIX – the beginning of the XX centuries and was issued when transition of Kazakhs to settled situation came to the end and radically the economy of Kazakhstan changed" (Pokhlebin, 2009).

The ethnographs note that each national cuisine owns food resources that make this cuisine noticeable and makes it different from other ones. According to specialists, national products are only those that are the most consumed, widely spread in the way of life, and every day products (Gumbatov, 2012). The main type of natural household was nomadic cattle breeding where sheep breeding and horse herding (as well as camel herding) were of great importance. The smaller role was taken by beef cattle, having become famous only at the end of the XVII century (Kozibaev, 2010).

It is worth mentioning that the Kazakh nation was forming as a result of interaction of many ethnic groups, inheriting their patterns (Orynbekov, 1994). At the very beginning of the Kazakh cuisine formation the invasion of Mongol Tatars affected it. In the Golden Orda period all nations were amazed by the endurance of the Mongols, who could live without food for many days and seemed strong (Akunin, 2014). Modern researchers (Makenov, 2016) explain this with dieting specification, including only protein, only meat and dairy products. The Mongols did not cook meal, they put slices of raw meat under the saddle –they became steak this way. When food resources were about to finish a warrior cut the vein of his horse and drank the blood, and then closed up the wound in order to maintain himself for more several days (Akunin, 2014).

A doctor and a natural scientist I.P.Falk, having worked in the Petersburg Academy, collected a lot of ethnographic information about the Kazakhs in Russia of the XVIII century, his notes are valuable as along with stories about the material culture of nomads, they also contain a more detailed description of cattle breeding economy, traditional food and the Kazakh food culture. He writes that common and almost a sole activity was animal breeding, “They own a countless number of fat herd of a good cattle. They prefer horses to other cattle. They somehow showed their wellness... Sheep are also inseparable from their household as well as horses. Their meat is an everyday meal, and sometimes, a long-term and only food, they eat it without bread and salt, and they are never fed up with it. Their meat (probably because of steppe feed) becomes delicacy (Falk, 1999).

Today the Mongol direction in the culinary has been built mainly on the use of meat, milk and flour, however, technological way of processing is different from the way of the Kazakh cuisine and which is a defining in highlighting the latter in independent culinary direction. Thus, for example, in the Mongol cuisine, the milk is exposed to a more difficult and various processing not mainly involving micro flora but its yeast and alcohol fermentation. Also, five types of milk could be used: horse, sheep, cow, camel and the milk of yak. Meat meals also differ with variety of resources: horse, beef, lamb, camel meat, goat meat, yak and saiga meat. One of the most common ways of meat processing is its drying in the wind and in the freeze in the form of long and thin stripes without any prior processing.

The national cuisine of most Turk nations have common culinary directions, mostly on the composition of products and technology of cooking, as the existence of common features has its roots in a Golden Orda cuisine of the XIII-XVI centuries, where the horse meat, meals made of horse, and horse milk still belong to the most important meals in majority of nations.

The Kyrgyz cuisine on its nature, technology and even the composition is very close to the Kazakh cuisine. Nomadic and semi-nomadic cattle breeding affected strongly enough the material culture of the Kyrgyz nation and despite better than Kazakh natural conditions of foothill of Tien Shan and a stronger effect of the neighborhood nations, Kyrgyz cuisine preserved the same typical patterns that are suitable for the nomadic nation (Kozibaev, 2010)

Movements, the ability to move from one place to another and not to stay on one limited area for a long time are the biggest values for a nomad. The specific features of the Kazakh national cuisine is in its adaptation to the steppe conditions and particularly that is why the Kazakh cuisine during the long period was being constructed on using meat and milk. The Kazakhs even divided food into three gropes: white – dairy product, red – meat products and green – herbs, vegetables and fruit. However, the bread was of highly great value so that it did not belong to any of these three types (Fomina, 2012).

Kazakh people considered that the gift of life (alive soul) is the first gift received by the nature. The symbol of this life power is represented by milky lake at the top of mountain, center of Life and Fertility. Therefore, the milk is not just a product of food but it has special semiotic status: the ban on

passing the dairy ferment to aliens, milk treats, and it is also a symbol of a vital capacity (Khamitova, 2008). The raw milk was not used in meals, but only boiled, and this tradition remained until nowadays (Shmanov, 2013). The producing of fermented-milk of semi-prepared food and products which particularly were more convenient for preserving and transporting on the nomadic conditions, and this is mainly horse milk, not only well preserved but also being produced in torsyks (non-stop shaking while riding), as well as early-ripe cheese which could be made and consumed at stops, or dry milk concentrates (kurt, sarsa) – light, portable and live while transported for long were well spread. All of these products owned one more common property, they were convenient for eating them cold. Hence, the Kazakh cuisine, in modern sense, significantly was the cuisine of the cold buffet. The meat was boiled in wooden buckets and vessels of skin, dousing there warmed stones, therefore in the ancient Kazakh cuisine soups were completely absent, and the meat was consumed mainly in the boiled way. Iron pots as a main type of household and furnace appeared only in the XVIII century and along with it some fried meat meals appeared borrowed from the Uzbeks.

After a significant part of Kazakhstan joined Russia in the XVIII century, the Kazakhs started to consume more agricultural products, mainly such as grain (wheat, rye) and flour made from it, which was got on the exchange for cattle products. However, before 60-70th of the XIX century the flour and bakery was consumed only by wealthy Kazakhs (Kozibaev, 2010). At the last third of the XIX century, the economy of Kazakhstan started developing more in connection with the economy of Russia. So that, as a result of capitalistic relations the class differentiation appeared and the poor, left without cattle Kazakhs not having an opportunity to continue a nomadic life started to do agriculture, and only after that event the flour and bakery started to take a bigger and bigger place in the Kazakh cuisine. But, despite this, the principles of culinary processing, processed by centuries were the same in all estates and nations.

So, by the end of the XIX – beginning of XX centuries, such common specific feature like predominance of meat and flour products and the combination of meat and flour in the main national meals, and the classic example is meat and besbarmak had appeared in Kazakh cuisine and Kazakh national table. At the same time the consumption of such various food processing of horse and sheep milk askumys, kurt, airan, sarsy and irimshik stood at the second place (Synkar, 2014).

Definitely, it would be incorrect to think that the Kazakh cuisine developed totally in an isolated way. Most was borrowed from the neighborhood nations of the Middle Asia – the Uzbeks, The Tadzhikys, the Dungans, the Uigurs, which owned a considerably well-developed culinary culture that time. These nations peacefully lived near the Kazakhs during centuries and affected its cuisine, everyday life and culture. These borrowings referred to mainly the technologies of making fried meat meals (with the use of oil) and more difficult meat-flour products (for example, samsa, manty), and also consumption of particular products (for example, tea, fruit, and gourds), which became used more widely in the diet of South Kazakhstan. The borrowings came to our days. The Kazakh table is significantly richer on the content of products than it used to be earlier, as along with meat it includes fish, vegetables, various cereal, fruit and tinned products. Finally, organization of a holiday table was borrowed from the Uzbeks, with the use of sweets at the beginning and at the end.

The everyday consumption of vegetables (especially potatoes, carrots, cucumbers, beet, commonly used in salads) was mainly borrowed by the Kazakhs from the Russians in the XX century and also the consumption of eggs and chicken, which along with the development of aviculture had become traditional products in the Kazakh cuisine.

The meals borrowed by the Kazakhs from the Uzbeks, the Dungans, the Uigurs, the Russians, the Ukrainians and other nations usually remain the same name in Kazakh language (samsa, manty, borsh and others).

However, neither technological loans, nor expansion of the range of products in principle didn't change the main primordial national features of Kazakh cuisine, its specifics, though made it more various. If we say about really characteristic features of the Kazakh cookery, that distinguishes it from other kitchens of the people of Central Asia, along with existence of smoked products from a horse-

flesh and a favorite combination of meat and dough in the majority of national hot dishes it should be noted prevalence of boiled and semi-boiled dishes, but not fried. As a national type of meat at Kazakhs it is necessary to consider a horse-flesh though nowadays it is used less than mutton and even beef. From a horse-flesh such national products, characteristic for Kazakh cuisine, as kazy, carta, shuzhyk, etc. are created. It is also specific that meat in Kazakh cuisine is still cooked cutting into large pieces, and use it in the natural form. Ground meat dishes are alien to the Kazakh national cuisine (except for modern loans) that is explained by total absence of special adaptations for cutting the meat into small pieces.

The traditional Kazakh festive lunch is peculiar. It begins with koumiss, then tea with cream to which raisin, nuts, dried cottage cheese and boursaqs follows (small balls from fried fancy pastry) are given. After that introductions different snack from horse meat - smoked, semi-salty, boiled (kaza, shuzhyk, I reaped, zhay, sur-et, karta), and also snack from mutton – kabyrga or bauyr-kuyryk (a combination of horse meat and a mutton liver in sour-milk sauce) are followed. All of them differ from each other, but also on ways of its preparation, on its quality and a consistence. At first sight the meal seems to be only made of mea, but in fact It brings a flavoring variety, especially when snacks are eaten with tabanan (the Kazakh flat cakes from wheat flour with butter) and jam salad from a radish or other fresh vegetables (tomatoes, cucumbers). Then kauyrdak (fat roast from a mutton liver, generally livers, kidneys and a lung) is followed. The next step is samsa (meat pies) and only at the end of a lunch the main course from meat, i.e. the boiled horse-flesh or mutton sliced thin across fibers, given with wide, thick noodles and fat, dense, strong broth with oil flat cakes – ak nan, strewed with sesame or chopped onions is followed. This dish is eaten with koumiss and tea after it, without cream and milk (Synkar, 2014).

Since ancient times hospitality is a distinctive feature of the Kazakh people. Guest of honor was always invited to a dastarkhan, seated on a place of honor and treated with the best that was in the house. The tired, needing traveler was put on a horse, supplied with food which in national understanding, had the special gift and force and with which many beliefs are connected. According to one legend when the khan divided all the khanate into four parts, three of them were given to three sons, and the fourth one he divided into three parts again and distributed to sons. He told: "From now on let your children, leaving in a long journey, don't carry with themselves food and drink. And each traveler doesn't suffer on the way from thirst and hunger, and the poor in any house will try entertainments. I also divided into it between you the fourth part of a plot. Let this precept remains in centuries in memory of my descendants and isn't broken never". Since that time descendants of the Kazakh show hospitality to everyone who will enter their house and this tradition remained up to now.

Kazakhs paid much attention and culture of behavior for the dastarkhan. On the Kazakh customs it is forbidden to tell swear words, to gossip, to argue, to behave indecently while eating. People showed their respect for food this way.

Kazakhs consider an obligatory treat as a sign of friendship, a brotherhood, a unity. The guest was asked about his health, health of the family and relatives. In national culture the special part was assigned to ritual of an entertainment: each dish moved with a certain value and to particular event. Kazakhs knew how by means of a konak asy (a "konak" is the guest, "asy" is treatment) it was possible to reconcile people to do the honor to dear guests, to make "respectful" gesture, to let them know about something. While eating, Kazakhs competed in eloquence. During a meal it was impossible to talk smut and speak about unpleasant things. Much attention was paid to beautiful, pure and whole tableware. Guests through the treatment could judge not only household, but also the people in general. Kazakhs didn't divide guests on categories, nationalities and religious views, but sincerely expressed the friendliness and respect to all who visited their house. Kazakhs regarded purity in a food preparation time with awe, remembering that "the illness can arise from the low-quality, not purely cooked food". Also special attention was paid to purity of ware, taste of food, amount of salt in it. Skilled elderly women strictly watched it and passed on experience the young. (Kenzheakhmetov, 2005)

Unique and partly forgotten Kazakh cuisine differs not only a peculiar technology of preparation, but the deep meaning put in each dish. It should be noted that Kazakhstan citizens actively took part in “Taste Ark” ковчег вкуса project within the international organization for healthy food. The special catalog tells about forgotten dishes, but kept in the middle of countryside as “Karynburme”, that means with a smell of a steppe wind; “Ormetos” is the dish made of, which parents cooked for son in law and for daughters from brisket of the mutton which looks like wings of a bird; “Ulpershek” is a dish made for daughter, they say wherever she is, she will always be in heart of the parents; “Zhauzhurek” is for children to make them courageous and brave (Urankaeva, 2016).

2.3 Agroproducts and Food Culture as a Sustainable Tourist Product

Nutrition culture and food itself are a key component of culture, the central concept of a sense of identity. The formation of a food culture is influenced by individual, cultural, historical, social and economic factors, which, among other cultural expressions and practices, form an identity, while changes in nutrition preferences may also reflect changes in a broader cultural perception (Meglio, 2012).

People, who maintain a culture of their own traditional food system, have chances to preserve local products with their respective diversity. Here, Mediterranean cuisine can serve as an example, which encompasses a number of typical products for it (Trichopoulou, Vasilopoulou, Georga, Soukara and Dilis, 2006), and which was noted in the declaration of the Ministers of Food and Agriculture (CIHEAM, 2012). Like the moving force of sustainable food systems in the framework of regional sustainable development strategies based on traditional local products.

Ensuring the sustainability of production and consumption of traditional food products is, therefore, the basis for meeting new needs. One of the most important conditions in this regard is the combination of traditions and innovations that provide sustainability from the point of view of four key areas: economy, environment, socio-cultural development and healthy nutrition.

3. METHODOLOGY

The present work is aimed at presenting some estimates on the part of known socio-cultural criteria for the sustainability of the national nutrition culture at the present stage of Kazakhstan's development. One of the goals was to determine how regional products are consistent with the requirements of sustainability.

The basis for singling out certain criteria was the research given in the work (Moscatelli, Gamboni, Dernini, Capone, El Bilali, Botalico, Debs and Cardone, 2017), based on the results of the international seminar on the sustainability of food crops, according to which four important components of the process were established: environment, economy, society-culture and nutrition-health.

It has also been established in order to determine the socio-cultural stability of production, processing and consumption of food products, it is necessary to evaluate several components: the presence of social aspects; the presence of cultural aspects, as well as the ability to combine these aspects (Gamboni and Moscatelli, 2012). However, it is difficult to determine and apply known indicators that are relevant, specific and easily measurable in practice, if only because it will require a lot of human, material and time resources. Therefore, at the initial stage of the research in the field of sustainability of the national Kazakh cuisine and food cultures were conducted on the basis of the study of public opinion. The research was conducted in the Zhambyl region, located in the south of Kazakhstan and in particular in the Taraz regional center, a small city with a population of 348,1 thousand people (Taraz city Akimat's site, 2016).

The study of social opinion was carried out with the well-known and well-proven method of interviewing (Dobrenkov and Kravchenko, 2004). This method is characterized by efficiency, simplicity and economy. In this study, the survey was conducted in several ways. An expert group of teachers and university staff was created, who earlier took part with several expeditions to the

Zhambyl region to study the cultural heritage in the field of oral folk art. The survey of the members of the expert group was carried out by interviewing the authors using the option of personal communication and with mandatory fixing of answers in writing. For the second study of preferences in the dishes of the cuisine of the peoples inhabiting Kazakhstan, questions were formulated by the authors in advance in the form of a questionnaire. The questions were various in terms of standardization, mostly closed. The respondents were various categories of the population by nationality, gender, age, social status and occupation. In all, 750 people took part in the survey, 92% of them were representatives of the indigenous nationality - Kazakhs, among the remaining respondents 4% - Russian, as well as representatives of other nationalities - Uzbeks, Dungans, Azerbaijanis, Koreans. Also, 84% of respondents rated their income level as "medium", 16% - as "high"; 60% of respondents have a higher education, 35% - an average special, 5% - an average, and this allows us to view the results as typical for the region. The composition of the interviewed respondents by gender is uniform: 51% are men and 49% are women. By age groups, the respondents are divided almost equally: "to 20 years" - 21%, "20-30 years" - 27%, "from 30 to 45 years" - 27%, and "over 45 years" - 25%. The last 2 groups most often visit catering establishments, as well as organize a reception at home.

The methodology for carrying out the survey (questionnaire) was developed as follows: a group of 10 volunteers was formed - university staff, who conducted an interview in the central part of the city for one full working day. The questionnaires have been processed by the authors using Microsoft Office Excel.

The selection of catering points for the study of the cuisine represented by the method of "filter", in the city a priori known and posted on the city's website, most preferred by residents and tourists, food points, which also selected only objects of medium capacity (within 50 people), restaurants with a high average check and banquet halls (which are used for Carrying out of celebratory actions) and give, as a rule, the national menu of the Kazakh kitchen, have not been considered in work. The authors conducted an analysis of the menu when they visited the institution and used information about the institutions represented on the Internet.

When preparing a literature review on the topic of the study, discussing the results and developing recommendations, a well-known method of "document analysis" was used.

4. RESULTS AND DISCUSSION

It is known that socio-cultural criteria are indicators of the preservation of culture and national traditions. For evaluation in the field of social measurement, many scholars identify such indicators as corporate social responsibility for ethical sustainable management along the entire food chain, employment of women in the agricultural sector at the level of production and management, social integration, training of agricultural workers, integration and training of foreign workers, special treatment to animals.

In this article we did not consider these aspects in detail, but in general it can be noted that the republic has a sufficient level of women's employment, including in agriculture - according to data (Smailov, 2014) for 2013 employment of women in agriculture as wage workers was 9.3%, and self-employed - 50.7% of the total number of employees village); High rates of implementation of management standards (Kazakhstan institute of standardization and certification, 2006); And also wide opportunities for all layers of the population in the field of technical and vocational training, retraining and advanced training.

Regarding the cultural aspect, in the course of the study three main directions were studied: the promotion of local identity, the transfer of traditional knowledge to new generations and good relations with the local community.

The positioning and development of public catering enterprises in the city, which has some influence on the preservation of the national food culture, offering to tourists the traditional Kazakh cuisine, or other national cuisine was of particular interest. In order to attract visitors of different categories, as

well as stopping the choice of certain dishes that are most popular or popular with the public, the owners of catering establishments offer various menu options. As it turned out, of the surveyed 45 food establishments (cafes and canteens), only 7 (16%) specialize in certain traditional cuisine; Another 5 works in general directions: either "eastern" or "European" cuisine. The rest of the establishments (73%) offer the full range of both Eastern and European cuisine, as well as in combination with other national dishes (Korean, Uzbek, Turkish, Dungan cuisine). At the same time, naturally, only a small selection of the most traditional and famous dishes is offered. Public catering enterprises (including street fast food) are now one of the sources of information about the peculiarities of national cuisines of different nations (although not always correct), and also a criterion for the sustainability of a food culture. Also, during the conversation with the members of the expert group, they found out that such a wide range of national cuisines represented in the city cafes is in high demand among the residents of the region, because it allows expanding the range of the daily table and even the festive menu. Thus, every tourist who visits the city of Taraz, can get acquainted with the culture of nutrition of different peoples and nationalities inhabiting the republic. In addition, the questionnaire included a special question about how respondents know the recipes and technology of cooking certain dishes. At the same time, the majority (76%) answered that women (grandmothers and mothers) are the keepers and sources of such information, 8% said they are other relatives, and 15% noted that they specially visit catering enterprises and search for recipes on special websites.

In the questionnaire the questions were drawn up in such a way as to cover the whole range of dishes: according to the gradation of importance when serving, snacks, basic, desserts, pastries, drinks and others; On the dishes of national cuisine - Kazakh national and other peoples inhabiting Kazakhstan.

According to the results of the survey, preferences for main dishes were divided almost evenly - in all presented variants of such dishes as "beshbarmak", "pilav", "manty", "kauyrdak", "lagman", "meatballs", etc. (Figures 1 and 2), The majority of respondents (within 41-49%) chose the option "I use frequently - once or twice a week", in the range of 30-40% - I chose the answer "once or twice a month". However, this does not apply to such traditional dishes, for example, Russian cuisine as "cold meat", "hodgepodge", "okroshka" or Korean cuisine - "kuksi". It is noteworthy that also a few people (from 4 to 9%), which corresponds to the percentage of respondents of a different nationality, opted for the answer "rarely, mostly on a visit" with respect to traditional dishes of Kazakh national cuisine.

To the question "Do you have close acquaintances or friends among other nationalities?" only 36% said "yes and very much" and 56% "yes, but not many" and indicated that they are representatives of almost all nationalities living in Kazakhstan. Note that the level of income is clearly not related to the answers about preferences in main dishes. The "high" level of income is more related to respondents' preferences for eating fresh fruits and vegetables, dried fruits, cottage cheese and butter. According to the results of the survey, it can be argued that the vast majority of respondents choose healthy and varied food - about 50% daily use milk and kefir, 70% include fresh vegetables in the diet, and flour products (fried cakes, boursaks, pies, pancakes, samsa etc.), about half of respondents use no more than once a week.

An important question about the presence of relatives living in rural areas was included in the questionnaire. The stability of traditional food culture is based on the stability of products and one of the most important aspects is the determination of the source of production of agro products.

Farmer or peasant farms are characterized as an active player in preserving social values, encouraging and transferring traditional knowledge (UNESCO, 2016). In order to ensure stability in relation to food and / or the farm that produces them, the following conditions must be guaranteed:

- 1) the compliance with social conditions on the farm and, possibly, other participants (suppliers, distributors, customers, etc.);
- 2) the possession of a cultural value recognized by the community (the use of local resources - natural and human - unique in the history and tradition of production, the availability of common knowledge at the local level, close links with the territory, historical memory, etc.);
- 3) the capacity of the product and / or farm to maintain its socio-cultural characteristics, the dissemination of knowledge and traditions for present generations and their transfer to the future.

At the same time, we refer to the conclusions of the expert group, according to which at the present time, the inhabitants of the countryside tend more towards the species diversity of the table and the appearance of new dishes on it, for example, cakes were served with "Red velvet" and "Lady fingers" , Cooked by young girls, and they did not manage to acquire "kurt" for the members of the expert group, as some of the mistresses do not produce it in large volumes and the product must be ordered in advance. Also, experts note the absence of any activity of farms different from agricultural production, which can be considered as a means of promoting cultural identity.

72% of the respondents have many relatives in the villages and meet them quite often, hence the high percentage of answers about the presence on the table of traditional Kazakh national foods and beverages such as koumiss - 13% drink every day and 13% drink once or twice a week, " kazy" and "karta" are also present on the table daily at 8% and" once or twice a week "- in 13%. It is quite difficult to reproduce dishes of Kazakh cuisine in modern urban conditions using other products. Attempts to modernize this or that dish lead to distortion of the national technology and to a change in taste. The presence of family ties in rural areas is one of the most important aspects of promoting a food culture and ensuring its sustainability.

5. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

Being original, distinctive, multidimensional, the Kazakh cuisine with its special food culture ought to be represented in the tourist market as a new product with a high level of stability. Food and its consumption culture linked to the ability to maintain and pass the traditional heritage and it is strictly connected with the socio-cultural territory and its population. The value of wholefood tensely linked to some aspects, which refer to social and cultural food sphere, and the food ought to be researched in its variety taking into account the social cultural practices, they are everyday life and holidays, relationships between nations, between people and environment, knowledge and traditions.

In the work, the first attempt on approach process has been undertaken in order to find indicators and criteria typical for the region, and which are responsible for applying methods of wholefood stability estimate, which are cornerstone of food culture. The research which was conducted at the regional level (on the example of Zhambyl region of the Republic of Kazakhstan and the region center is Taraz city) gives the first general information about the appeared present situation and ways of using of traditional and typical food products for different needs satisfaction (economical, social and cultural).

In order to define a full list of social cultural stability indicators, subsequently the biggest attention ought to be paid to farms and agri-corporations, as these indicators cannot be specific for particular products as well as to questions view in geographical widening scales till the research of the whole country with its diversity of natural climatic zones. The task is to respect and maintain the traditional knowledge in the areas of traditional wholefood production and to provide with stable food system with a good management of food supply security.

The tourist organizations face the problem of the necessity to focus on the organization of special gastronomical tours, and the first opportunity will contribute to not only consumption of the national products, but also stimulate the rise in the production of such products.

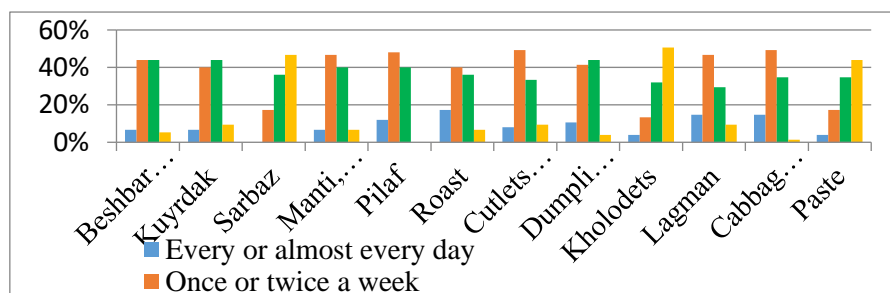


Figure 1: The results of the questionnaire (frequency of using main courses) (blue – every or almost every day, red – once or twice a week, green – only a few times a month, yellow – we do not eat at all, very rarely or only at a party)

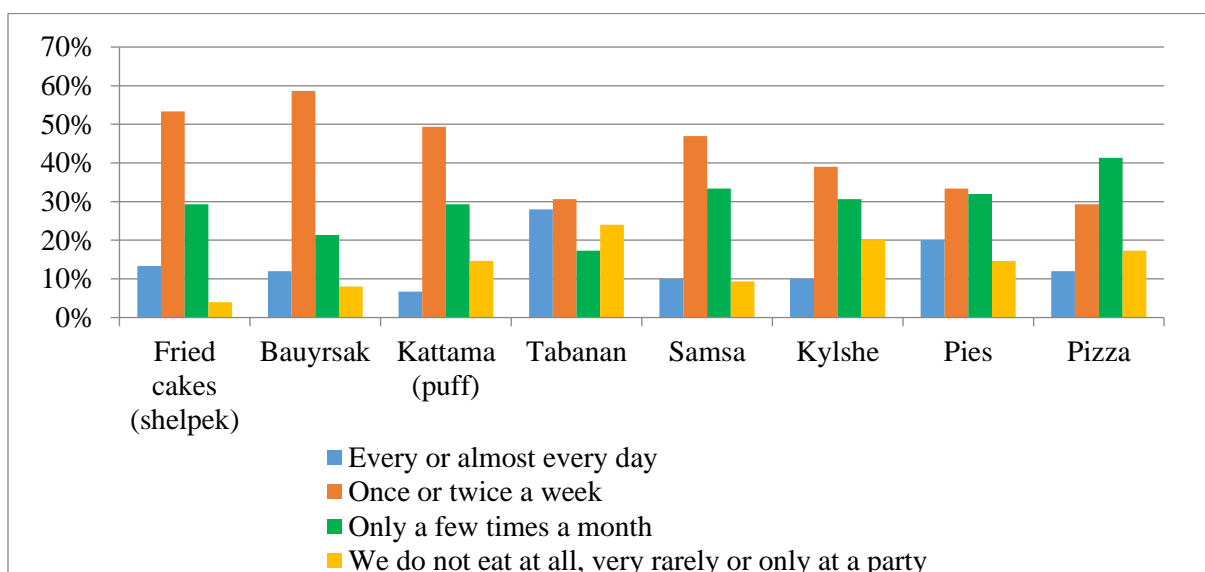


Figure 2: Results of the questionnaire (frequency of using products from the dough), (blue – every or almost every day, red – once or twice a week, green – only a few times a month, yellow – we do not eat at all, very rarely or only at a party)

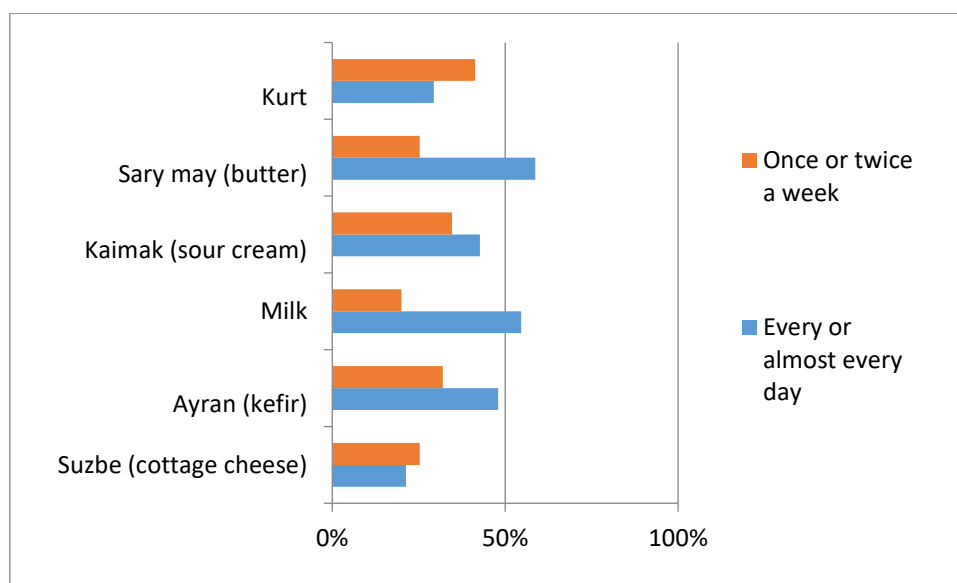


Figure 3: Results of the questionnaire (frequency of using milk and dairy products), (blue – every or almost every day, red – once or twice a week)

REFERENCES

- Akunin B. (2014). History of the Russian State.Part of Asia. Ordynsky period, ed. AST.
- Asylbek M.Kh. and Asylbekova Zh.M. (2015). The population of Kazakhstan between All-Union population censuses of 1926 and 1939,*The site of the Institute of History and Ethnology named after Ch.Ch. Valikhanov*. Accessed from:
- Brinj D. (2014).Food among nomadic people of Central Asia in medieval sources. Accessed from: www.kitabhona.org.ua/byt_kuhnya/brineda.html
- Burns P. M. and Novelli M. (2006). Tourism and Social Identities: Global Frameworks and Local Realities– Oxford :Elsevier Ltd, p .7.

- CIHEAM, (2012). *International Centre for Advanced Mediterranean Agronomic Studies*. Accessed from: <http://www.ciheam.org/images/CIHEAM/PDFs/Cooperation/9rmc-declarationfinale-en2.pdf>
- Dobrenkov, V.I., Kravchenko, A.I., (2004). *Sociological research methods*, Moscow: Infra-M.
- Falk I.P. (1999). *Description of all nationalities of Russia*, Almaty: Gylym.
- Fomina E. (2012). Hospitality of the Kazakh people. Accessed from: <http://cooks.kz/gostepriimstvo-kazahskogo-naroda/>
- Gamboni M., Moscatelli S., (2012). "Socio-cultural Indicators". In *Towards the development of guidelines for improving the sustainability of diets and food consumption: the Mediterranean Diets as a pilot study*, Series B: Studies and Research, No. 470. Accessed from: [http://om.ciheam.org/om/pdf/b70%20\(en\)/b70%20\(en\).pdf](http://om.ciheam.org/om/pdf/b70%20(en)/b70%20(en).pdf).
- Grechko P.K. (2006). *Differences: From Tolerance to a Culture of Tolerance*, Moscow.
- Gumbatov G. (2012). *Turks' food*. Accessed from: <https://www.proza.ru/2012/05/01/679>
- Kazakhstan institute of standardization and certification, (2006). The Concept of the Development of Management Systems in the Republic of Kazakhstan until 2015. Accessed from: http://kazinst.kz/pb/pb.php?ELEMENT_ID=257113
- Kenzheakhmetov S. (2005). *National Kazakh cuisine*, Almaty: Almaty kitap.
- Khamitova A.B. (2008). The problems of human values in the kazakh culture, *Vestnik of the University of Karaganda*. Accessed from: <http://kazislam.kz/ru/islam-zhane-qagam/vnutrennie-kategorii/islam-zhane-ulttyq-salt-dasturler/item/487-eislam>
- Khilkhanova E.V. (2014). Relationship of language and ethnic identity in the Buryats: symbolic ethnicity. Accessed from: <http://buryadxelen.com>
- Koptseva N. P. (2014). The influence of modern cultural practices on the ethnic identity of indigenous peoples of central Siberia, *Sociodynamics*, 1-27. Accessed from: http://e-notabene.ru/pr/article_12201.html
- Kozibaev M. (2010). *Kazakhstan from ancient times to our days in 5 volumes*, Almaty: Atamura.
- MacCannell D. (1992). *Empty Meeting Grounds, The Tourist Papers*, London: Routledge.
- Makenov E. (2016). Forgotten dishes of Kazakh cuisine, *AltynOrda*. Accessed from: <http://www.altyn-orda.kz/zabytye-blyuda-kazahskoj-kuhni/>
- Meglio L. (2012). *Sociologia del cibo e dell'alimentazione. Un'introduzione (Sociology of food and nutrition. An introduction)*, Franco Angeli, Milan.
- Moscatelli S., Gamboni M., Dernini S., Capone R., El Bilali H., Bottalico Fr., Debs Ph., Cardone G. (2017). Exploring the Socio-cultural Sustainability of Traditional and Typical Agro-food Products, Case study of Apulia Region, South-eastern Italy, *Journal of Food and Nutrition Research*.
- Moshnyaga E. (2007). Identity in the concept of tourism system, *Journal Knowledge.Understanding.Skill*.
- Orynbekov M. (1994). *Prephilosophy of protokazakh*, Almaty: Olke.
- Pokhlebkina V.V. (2009). *A large encyclopedia of culinary arts*, Moscow: Centerpoligraf.
- Rekom J. and Go F. (2006). *Cultural Identities in a Globalizing World: Conditions for Sustainability of Intercultural Tourism, Tourism and Social Identities: Global Frameworks and Local Realities*, Oxford: Elsevier Ltd.
- Shmanov U. (2013). Recipes of centaurs, or a meal under the open sky, *Nomad Kazakhstan*. Accessed from: <http://www.tarih-begalinka.kz/ru/timetravel/page3545/>
- Smailov A. A. (2014). Women and Men of Kazakhstan, *Internet resource of the Committee on Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan*, Astana. Accessed from: www.stat.gov.kz/getImg?id=ESTAT087107
- Stepanov Yu. S. (2004). *Constants: Dictionary of Russian culture*, Moscow: Academic Project.
- Synkar A. (2014). Kazakh cuisine. Accessed from: <https://yvision.kz/post/413360>
- Taraz city Akimat's site (2016). Taraz city population, Accessed from: http://taraz-ov.kz/?page_id=151
- Trichopoulou A., Vasilopoulou E., Georga K., Soukara S. and Dilis V. (2006). Traditional food products: why and how to support them, *Trends in food science and technology*, 498-504.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO], 2016. Education for the benefit of people and the planet. Building a sustainable future for all. Accessed from: <http://en.unesco.org/gem-report/report/2016/education-people-and-planet-creating-sustainable-futures-all/page#sthash.uHnZKEp7.dpbs>

Urankaeva Zh. (2016). National cuisine: the expert told about forgotten recipes and fast food in Kazakhstan, *Kazpravda*. Accessed from: <http://www.kazpravda.kz/interviews/view/natsionalnaya-kuhnya-ekspert-rasskazal-o-zabitih-retseptah-i-fastfude-po-kazahski/>

DOĞAL KAYNAKLAR ÇERÇEVESİNDE TÜRK TURİZMDE REKABET EDEBİLİRLİK

Doç. Dr. Şaban ESEN

Bartın Üniversitesi

İktisat ve İdari Bilimler Fakültesi

sabanesen@bartin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Hande UYAR OĞUZ

Bartın Üniversitesi

İktisat ve İdari Bilimler Fakültesi

handeuyar@bartin.edu.tr

Özet

Dünya Turizm Örgütü (WTO-World Travel Organisation) verilerine göre, son birkaç yıl haricinde, dünyada en fazla turizm geliri elde eden ve en fazla ziyaret edilen ülkeler sıralamasında Türkiye ilk on ülke arasında yer almaktadır. Turizm sektöründe elde edilen bu başarı, turizmde rekabet edebilirlik açısından gösterilebilmiş midir? Maalesef Türkiye, rekabet edebilirlik açısından bu başarıyı gösterememiştir. Dünya Ekonomik Formu (WEF-World Economic Forum)'nun her yıl düzenli olarak yayınladığı raporda Türkiye, Seyahat ve Turizmde Rekabet İndeksi sıralamasında (TTCI-Travel and Tourism Competitiveness Index), 2017 yılı için , 7,00 tam puan üzerinden 4,14 puan ile 136 ülke arasından 44'üncü olabilmektedir. Geçmiş yıllarla kıyaslandığında bir iyileşme gözükmeyle birlikte, Türkiye bu sıralamada istenen noktada değildir.

Bu çalışma ile Türkiye'nin en alt sıralamalarda olduğu Seyahat ve Turizmde Rekabet İndeksinde 14 alt kriterden yine Türkiye'nin en düşük ortalamalardan biri olan (3,0 puan ile 70. sıra) doğal kaynaklar konusunda neden alt sıralarda olduğu incelenerek geliştirilmesi yönünde öneriler sunulacaktır. Bu bağlamda çalışma ikincil veriler kullanılarak hazırlanmış nitel bir araştırmadır. Yapılan araştırma sonucunda ülkeler ile ilgili verilerin elde edilmesinde daha objektif bilgilere ihtiyaç olduğu, ülkemizin sahip olduğu zengin flora ve faunanın bölge ya da destinasyonlarda kurulacak doğa müzeleri ve herbaryumlarla tespiti ve turizm amaçlı sergilenmesi gerektiği ve ülkemizde korunan alanların sayısının artırılması gerektiği sonuçlarına varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Rekabet Edebilirlik, Doğal ve Kültürel Kaynaklar.

COMPETITIVENESS IN TURKISH TOURISM WITHIN FRAMEWORK OF NATURAL RESOURCES

Abstract

According to the World Tourism Organization (WTO), apart from the last few years, Turkey is among the top ten countries with the highest number of tourism income and the highest number of visited countries in the world. Can this success achieved in the tourism sector be demonstrated in terms of competitiveness in tourism? Unfortunately, Turkey has not demonstrated this success in terms of competitiveness. The World Economic Forum (WEF-World Economic Forum) regularly publishes the annual report on Turkey, the TTCI-Travel and Tourism Competitiveness Index, in 2017, It was 44th out of 136 countries with 4.14 points over the full score of 7.00. Although there seems to be an improvement in comparison with past years, Turkey is not the desired spot in this order.

The aim of this study is to examine the reasons for the lower ranking of natural resources (3.0 points to 70th rank), which is one of Turkey's lowest averages, from the 14 sub-criteria in the Competitiveness in Travel and Tourism Index. . In this context, this study is a qualitative research using secondary data. As a result of the study, it is necessary to obtain more objective information about the data of the countries, the rich flora and fauna that our country has to possess must be exhibited for the purpose of tourism and tourism with nature herbs and herbarium to be established in the region or destinations and the number of protected areas in our country has to be increased.

Keywords: Tourism, Competitiveness, Natural and Cultural Resources.

1.GİRİŞ

Turizm, döviz girdisini artırıcı ve istihdam yaratıcı özellikleriyle ulusal ekonomiye katkıda bulunan, uluslararası kültürel ve toplumsal iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici etkisi ile Dünya barışının korunmasında büyük payı olan bir sektördür. Son yıllarda, Türkiye ekonomisinin de vazgeçilmez temel taşlarından birisi olan ve ülke kalkınmasında lokomotif görevi üstlenen turizm sektörü; ödemeler dengesi, dış ticaret açığı, enflasyon ve işsizliğe çare arayan Türkiye’de, hükümetlerin üzerinde önemle durduğu bir alandır. Bu bağlamda; Türkiye’de turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkileri 1940’lardan sonra fark edilmeye başlanmış ve planlı kalkınma döneminin başladığı 1963 yılından 1980’li yıllara kadar zamanla gelişme eğilimi göstermiştir. Türkiye’ye yönelik yabancı turizm talebinin Dünya ortalamasının üstünde olduğu 1980 yılı sonrası ise ülke turizmi için bir dönüm noktası olmuştur. Turizm; bu yıllardan sonra ekonomik, sosyal ve çevresel yönleri ile birlikte bir bütün olarak ele alınmaya başlanmıştır. Çünkü, Türkiye’de elde edilen sayısal büyüklüklerin, sahip olunan doğal ve tarihi zenginliklerin karşılığı olmadığı görülmüştür. Bunun için gerekli olan yasal düzenlemeler hızla tamamlanarak, turizm teşvik kanunları çıkartılmış, vergi ve gümrük indirimleri ile özel döviz tahsisleri getirilmiştir. Bu paragraf calismanin icerigi ile direkt iliskili degil, cikarilmali!

Türkiye’de, iyi bir rekabet politikası belirlenerek, bunun etkili bir şekilde uygulanması durumunda, çok daha fazla döviz girdisi elde edilmesi mümkündür. Çünkü ülkenin sahip olduğu doğal ve kültürel değerlerin potansiyeli oldukça yüksektir. Her ne kadar bu potansiyelin büyük bir kısmı turizm amaçlı kullanılıyor olmasa da, rekabet gücü açısından diğer destinasyonlara karşı karşılaştırmalı bir üstünlük sağlayacağı bir gerçektir.

Turizm olayı, bir ülkenin sahip olduğu doğal kaynakların varlığı ile gerçekleşir. Dolayısıyla turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesindeki en önemli unsur doğal çevrenin bugünden yarıya varlığından hiçbir şey kaybetmeden, bozulmadan aktarılabilmesidir. Bu bağlamda devletlerin ve sektörde faaliyet gösteren işletmelerin alacakları birtakım önlemler ile çevresel sürdürülebilirliği sağlamaları mümkün olacaktır (Uyar, 2012: 62).

Dünya Ekonomik Forumunun Turizmde Rekabet Edebilirlik İndeksi kriterlerinden biri olan sürdürülebilir turizm ve çevre ülkeler için rekabet gücünü arttıran önemli bir niteliksel faktör olmuştur. Öyle ki turizm sektörü; doğal varlıkların sergilendiği güzellikler, dinlenme, sağlık spor, bilim ve eğlence faaliyetleri için uygun ortamlardır (Dindar, 2002). Ülkelerin sahip olduğu doğal kaynaklar sektör için en önemli çekim faktörlerinin başında gelmektedir. Doğal kaynaklarla birlikte tesisler ve bu doğal kaynakların turizm sektörü için kullanılabilir hale dönüştürülmesinin ise çevresel etkiler yarattığı bilinen bir gerçektir.

Türkiye’nin turizm alanındaki rekabetçi güçlerinin nelerden oluştuğunun belirlenmesi ve karşılaştırmalı üstünlüklerin rekabetçi üstünlüklere dönüştürülmesi, ülkenin turizmden elde edeceği ekonomik faydayı arttıracaktır. Bu ise ülkenin sahip olduğu doğal kaynakların uzun vadede doğru ve etkin kullanımı ile gerçekleşebilir. Doğal kaynaklar turizmin vazgeçilmez ve turizm faaliyetlerinin başlamasına neden olan en önemli kaynakların başında gelmektedir. Bu bağlamda bir ülkenin turizm sektörü için kullanılabilir zengin doğal kaynaklara sahip olması önemli bir rekabet şansı elde etmesi anlamına gelmektedir. Örneğin Dünya’nın en çok turist çeken ülkelerinin başında gelen Amerika Birleşik Devletleri, sahip olduğu doğal kaynakları turistik ürün haline getirebilme konusundaki başarısından dolayı diğer ülkelere göre rekabetçi üstünlük sağlamıştır.

Bu çalışmada Türkiye’nin her yıl yayınlanan Dünya Ekonomik Forumu Seyahat ve Turizmde Rekabet Edebilirlik İndeksinde, en alt sıralarda olduğu Doğal Kaynaklar alt başlığında üst sıralarda bulunması gereken ülkelere biri olması gerekirken neden en alt sıralarda olduğu incelenecek, bu indekste üst sıralarda yer alabilmenin yolları araştırılacaktır.

Tablo 1: Turizm ve Seyahat Rekabet İndeksi

DESTEKLEYİCİ ORTAM	İş Ortamı ve Çevresi
	Emniyet ve Güvenlik
	Sağlık ve Hijyen
	BİT Hazırlığı
T&T POLİTİKALARI VE ŞARTLARIN UYGUNLUĞU	Seyahat ve Turizmin Önceliklendirilmesi
	Uluslararası Açıklık
	Fiyat Rekabetçiliği
	Çevresel Sürdürülebilirlik
ALTYAPI	Hava Ulaştırma Altyapısı
	Turist Hizmet Altyapısı
	Yer ve Liman Altyapısı
DOĞAL ve KÜLTÜREL KAYNAKLAR	Doğal Kaynaklar
	Kültürel Kaynaklar

Seyahat ve Turizmde rekabet indeksine göre ülkeler dört ayrı konuda değerlendirilmektedir. Bunlar; destekleyici ortam, Seyahat ve Turizm Politikaları ve Şartların Uygunluğu, Altyapı ile Doğal ve Kültürel Kaynaklardır. Türkiye'nin Seyahat ve Turizmde rekabetçilik sıralaması incelendiğinde 44. Sırada olduğu görülmektedir.

Tablo 2: T&T Rekabetçilik Sıralaması 2017

Ülke	Sıra	Puan	2015'e göre durum
İspanya	1	5.43	0
Fransa	2	5.32	0
Almanya	3	5.28	0
Japonya	4	5.26	5
İngiltere	5	5.20	0
ABD	6	5.12	-2
Avustralya	7	5.10	0
İtalya	8	4.99	0
Kanada	9	4.97	1
İsviçre	10	4.94	-4
Türkiye	44	4.14	0

Dünya Ekonomik Formu'nun (DEF) Seyahat ve Turizmde Rekabet İndeksine göre Türkiye 2017 yılında 7 tam puan üzerinden yapılan sıralamada Türkiye 4.14 ortalama ile, 14 konu başlığından hiç birinde ilk üçe dahi girememiştir.

Tablo 3: Seyahat ve Turizmde Rekabet Endeksine Göre Türkiye

KATEGORİ 136/44 (Yıl 2017)	SIRLAMA /136	PUAN (1-7)
1. İş ortamı/çevresi	63	4.5
2. Emniyet ve güvenlik	116	4.1
3. Sağlık ve hijyen	64	5.4
4. İnsan kaynakları ve işgücü piyasası	94	4.3
5. BİT hazırlığı	72	4.3
6. Seyahat ve turizmin önceliklendirilmesi	87	4.3
7. Uluslararası şeffaflık	50	3.9
8. Fiyat rekabetçiliği	70	4.9
9. Çevresel sürdürülebilirlik	112	3.7
10. Hava ulaştırma altyapısı	14	4.7
11. Yer ve liman altyapısı	54	3.5
12. Turist hizmet altyapısı	42	4.7
13. Doğal Kaynaklar	70	3.0
14. Kültürel kaynaklar ve iş seyahati	16	4.1

14 konu başlığından 13'üncüsü doğal kaynaklar ve 14'üncüsü kültürel kaynakları konu almaktadır. Yukarıdaki tablo incelendiğinde 139 ülkenin değerlendirildiği indekste Türkiye Doğal Kaynaklar konu başlığında 3.0 puanla 70.Kültürel Kaynaklar konu başlığında ise 54,1 puanla 16. sırada yer almaktadır.

2. DOĞAL KAYNAKLARLA REKABET EDEBİLİRLİK:

Michael Porter'ın Elmas Modelinde yer alan Faktör koşulları kaynağa dayalı faktörler ile kullanıma dayalı faktörler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Kaynağa dayalı faktörler tarihsel, kültürel, doğanın kendisine ait madensel, tarımsal ve ormansal kaynaklardır. Bu kaynaklar doğada doğal olarak bulunurlar. Turist gözüyle değerlendirildiğinde faktör koşulları, turisti o bölge ya da destinasyona iten fiziksel, tarihsel, kültürel ve rekreasyonel kaynaklardır. Bu kaynaklar turistin seyahat kararı almasındaki en önemli etmenlerdir. Ülkelerin çaba sarf etmesine gerek kalmadığı, ülkede kendiliğinden var olan bu doğal kaynaklar rekabet gücü oluşturmada doğrudan etkilidirler (Uyar, 2012:67)

Kullanıma dayalı faktörler sonradan insan eliyle yapılmış olan faktörlerdir. Porter rekabet gücü oluşturmada etkili olan bu faktörleri; beşeri faktörler, ve alt fiziki kaynaklar, bilgi kaynakları, sermaye kaynakları ve altyapı olarak beş grupta sınıflandırmıştır (Porter, 1990:74-75). Bu faktörlere turizm sektöründe istihdam edilen kalifiye istihdam sayısı, çalışma saatleri, iş ahlakı, altyapı olanakları, konaklama tesisleri, ulaşım ağı vb. örnek verilebilir.

Beş ayrı gruba ayrılan bu faktörler her ülke ya da bölge için farklı özellik gösterir. Bu da, rekabet şekli ve içeriğini dolayısıyla da rekabet gücünü etkiler. Dünyadaki birçok turizm ülkesi, ya yeterli üretim faktörüne sahip değildir ya da elindeki kaynakları etkin ve verimli kullanamamaktadır. Sonuç olarak, destinasyonların rekabetçi güçleri birbirinden farklı ve değişik özellikler gösterir. Burada önemli olan üretim faktörlerinin niceliksel olarak arttırmak değil, mevcutların etkin ve sürdürülebilir olmasını sağlamaktır (Bahar ve Kozak, 2005).

Örneğin, Türkiye ve Singapur faktör koşulları yani rekabet koşulları açısından farklı iki ülkedir. Türkiye zengin fiziksel, kültürel ve tarihsel varlıklara sahip olmasına karşın bu varlıklarının turizm sektöründe kullanılmasına yönelik sürdürdüğü faaliyetler yetersizdir. Singapur ise turizm açısından Türkiye'ye göre yeterli miktarda kaynağa sahip olmamasına rağmen elindekini etkin bir şekilde kullanarak bazı faktör koşulları açısından önemli derecede fark atmıştır. Özellikle otel ve havayolu hizmetinde ortaya koyduğu imaj ve ün Singapur'un rekabetçi olmasını sağlamıştır (Uyar,2012: 69).

Özet olarak denilebilir ki, yeterli faktör donatımına sahip olmayan ülkeler, mevcut kaynaklarının şeklini, kullanım biçimini değiştirerek ya da ürün segmentini zenginleştirerek olumsuz gibi görünen bir durumu fırsata çevirebilmektedirler.

Dünya Ekonomik Forumu tarafından Seyahat ve Turizmde Rekabet İndeksinde incelenen 136 ülkenin Doğal Kaynaklar alt başlığı altında ise beş konu üzerinden değerlendirildiği görülmektedir. Bunlar; Ülkelerin Miras Listesinde sahip oldukları alan sayısı, ülkede toplam bilinen tür, korunan alanlar, doğal turizme olan talep ve bu unsurların çekiciliği konularındadır.

Tablo 4: T&T Rekabetçilik İndeksi Doğal Kaynaklar Kategorisi Türkiye Sıralaması

Sıra	ÜLKE	Puan (1-7)	BAŞLIKLAR (Türkiye)	2007	2017
1	Brezilya	6.13	DOĞAL KAYNAKLAR (3.00)	47 *	70
2	Meksika	5.63	Doğal Miras Listesindeki Alan Sayısı	21	46
3	Costa Rika	5.43	Toplam bilinen tür	-	65
4	Peru	5.27	Korunan Alanlar	99	135
5	Çin	5.25	Doğal turizme olan talep (0-100)	-	27
6	Avustralya	5.21	Doğal unsurların çekiciliği	-	69
7	Tayland	4.95	Karbondiyoksit Zararı	70	-
8	Tanzanya	4.93	Eko sistemlerle ilgili Yürütülen Faaliyetler	68	-
9	İspanya	4.91			
10	ABD	4.90	* 2007 yılı T&T Rekabet İndeksinde Doğal ve Kültürel Kaynaklar olarak değerlendirilmiştir.		
81	Türkiye	3.00			

Seyahat ve Turizmde Rekabet İndeksi, (13. Sırada) incelendiğinde Doğal Kaynaklar başlığı altında incelenen değerlerin çevresel çekicilik sayısı ölçütü olarak alınmaktadır. Seyahat edenlerin doğal kaynaklara erişebilirliği, doğal çevreye zarar vermeden ulaşılabilmesi, doğal çevrenin bozulmamış olması, gelecek nesillere bırakılabilmesi için gerekli tedbirlerin alınmış olması destinasyona olan ilgiyi arttıracak ve sürdürülebilir turizm kapsamında destinasyonun doğal kaynaklar başlığı altında üst sıralarda yer almasına yardımcı olacaktır.

T&T Rekabetçilik İndeksi Doğal Kaynaklar Kategorisinde yer alan ilk beş ülkenin Türkiye ile kıyaslanması ise aşağıdaki gibidir:

Tablo 5: T&T Rekabetçilik İndeksi Ülkeler arası Kıyaslama (Doğal Kaynaklar)

T&T REKABETÇİLİK İNDEKSİ	Türkiye		Brezilya		Meksika		Costa Rika		Peru	
	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan	Sıra	Puan
DOĞAL KAYNAKLAR	70	3.00	1.	6.1	2	5.6	3	5.4	4	5.3
Doğal Miras Listesindeki Alan Sayısı	46	1	7	7	8	7	19	3	19	3
Toplam bilinen tür	65	577	1	3287	9	1988	22	1269	3	2824
Korunan Alanlar	135	0.2	25	28.4	85	12.9	30	27.4	19	31.4
Doğal turizme olan talep (0-100)	27	42	4	86	11	60	2	93	26	43
Doğal unsurların çekiciliği	69	5.1	60	5.2	16	6.1	2	6.6	34	5.7

2.1. Doğal Miras Listesindeki Alan Sayısı

2017 yılı itibarıyla Dünya genelinde UNESCO Dünya Miras Listesi'ne kayıtlı 1073 kültürel ve doğal varlık bulunmaktadır olup bunların 832 tanesi kültürel, 206 tanesi doğal, 35 tanesi ise karma (kültürel/doğal) varlıktır. Her yıl gerçekleşen Dünya Miras Komitesi toplantıları ile bu sayı artmaktadır. Ülkemizin, Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü'nün sorumluluğu altında yürüttüğü çalışmalar neticesinde bugüne kadar UNESCO Dünya Miras Listesi'ne 17 adet varlığımızın alınması sağlanmıştır. Bu varlıklardan; Doğal varlık olarak ise, Bakanlık kayıtlarında 2 adet doğal kaynak görünüyor iken, WT&T raporlarında bu sayı 1 adet olarak görülmektedir.

Dünya Miras geçici listemizde bulunan 2 karma (kültürel/doğal), 2 doğal ve 76 kültürel toplamda 71 adet varlığımızın acilen Dünya Miras Listesine alınması gerekmektedir. Çünkü bu varlıklarımız gerek mimari, estetik ve kültürel, gerekse sosyal ve felsefi özellikleri bünyelerinde bulunduran varlıklarımızdır. Geçmişten günümüze birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Anadolu topraklarının sahip olduğu bu zengin kültürel ve doğal kaynakların Dünya Mirası olarak koruma altına alınması, ülkemizin turizmde rekabet indeksinde üst sıralara taşınması açısından önemli bir fırsattır.

2.2. Toplam Bilinen Tür Sayısı

T&T Rekabet Edebilirlik İndeksi toplam bilinen tür sayısı ile ilgili olarak ülkede bulunan toplam memeli, kuş ve amfibi sayısını dikkate almaktadır. Bu bağlamda Türkiye’de bilinen toplam tür sayısı 577 iken, Brezilya’da bu sayı 3287 dir. Brezilyan bilinen tür sayısı açısından en zengin ülke konumundadır. Bilimsel çalışmalarda Türkiye’nin özellikle flora açısından çok daha zengin olduğu ifade edilmesine rağmen, resmi kayıtlardaki rakamlar bunu doğrulamamaktadır. Örneğin Zigana Geçidi (2032) ve Zigana Dağı silsilesi Karadeniz İklimi ile Doğu Anadolu ikliminin geçiş noktasındadır. Bölgede tilki, karaca, kurt, çakal, kirpi, yaban kedisi, tavşan, porsuk, gelincik, yaban domuzu, Bozayı, vaşak, karaca, kaya sansarı, kör fare, çulluk, bıldırcın, cüce baykuş, doğan, ağaçkakan, puhu kuşu, şahin, kuzgun, peçeli baykuş, kırlangıç, kumru, guguk, ibibik, saka, kızıl gerdan, baştankara, kiraz kuşu, ala karga ve tespit edilmeyi bekleyen onlarca yerli ve göçmen kuş türü mevcut olup kayıt altına alınmayı beklemektedir. Bunun yanında Zigana Dağları ve çevresi 100’den fazla kelebek türünü bünyesinde barındırmakta olup bilinir olmayı beklemektedir. Ülkemizin sahip olduğu zengin flora ve fauna kaynaklarının tespit edilerek, bu kaynakların bulunduğu yerlerde oluşturulacak doğa müzeleri ve herbaryumlarda (bitki müzeleri) sergilenmesi turizm açısından önem taşımaktadır.

2.3. Toplam Korunan Alanlar

Jeolojik devirlerle, tarih öncesi ve tarihi devirlere ait yer üstünde, yer altında veya su altında bulunan değerler olup, anıt, ağaç, mağara vb. tabiat varlığı olarak tanımlanmaktadır. Milli Parklar, tabiat parkları, tabiat anıtları, tabiat koruma alanları, özel çevre koruma bölgeleri ve benzeri koruma statüsü bulunan diğer alanlar korunan alan olarak tanımlanmaktadır. Korunan alanlar, çevresel, kültürel veya buna benzer sahip olduğu değerlerden dolayı koruma altına alınmış alanlardır (www.csb.gov.tr). IUCN (Protected Areas and World Heritage Programme) tarafından da 1994 yılında benimsenmiş olan daha geniş tanımını yapmak gerekirse, "korunan alan; biyolojik çeşitliliğin, doğal ve ortak kültürel varlıkların korunması ve bakımı için özellikle ayrılmış ve yasal ve diğer etkin yöntemlerle yönetilen karasal ve/veya sulak bir alandır (www.iucn.org.). IUCN'nin 2008 yılında güncellenen tanımına göre korunan alan: Doğanın ve ilişkili ekosistem servisleri / hizmetleri ve kültürel değerlerin uzun vadeli korunması amacıyla açıkça tanımlanmış coğrafi sınırları olan, tanınmış, adanmışlık içeren ve yasal veya diğer etkin yöntemlerle yönetilen alandır.

Korunan alan kavramı akıllara korunmayan alanlar kavramını da getirmektedir. Doğal alanlar yalnızca korunan alanlardan oluşmamaktadır. Bununla birlikte korunan alanların dışındaki doğal alanların korunması için çaba sarfedilmeyeceği anlamına da gelmemektedir. Korunan alan kavramı ile birinci öncelikle korunması önem arz eden alanlar ifade edilmektedir (Taze,2008:32).

WT&T Rekabet Edebilirlik İndeksine göre toplam korunan alanlar kara ve deniz alanlarının toplamından oluşmaktadır. Birleşmiş 12 mile kadar olan kıyı alanları da Milletler Deniz Kanunu tarafından korunan alanlar ilan edilmiştir. Uluslararası Doğa Koruma Birliği (IUCN)’nin tanımladığı üzere korunan alanlar (deniz, karasal, tatlı su), doğanın uzun süreli korunmasını sağlamak için yasal veya diğer etkili araçlar vasıtasıyla tanımlanmış, tahsis edilmiş ve yönetilen coğrafi alanlardır. Bu indekse yalnızca ulusal olarak belirlenmiş korunan alanlar dahil edilmiştir. Belirlenen statü ilgili mevzuat ya da ortak uygulama uyarınca yetkilendirilmiş bir kuruluş tarafından belirlenen koruma alanlarını ifade etmektedir. Bu kuruluşun korunan alanlar ile ilgili tespitinde amaç yalnızca biyo çeşitliliğin korunması ve bu çeşitliliğin sürdürülebilir kılınması olmalıdır (T&T Index,2017:360).

Orman Milli Parklar Genel Müdürlüğünün verilerine göre Türkiye, tarihi ve sosyal açılarından olduğu gibi biyolojik çeşitlilik açısından da bir köprü ve kavşak noktası olarak yeryüzündeki 37 ayrı bitki coğrafyası bölgesinden üçünün (Avrupa-Sibirya, Akdeniz ve İran- Turan) kesiştiği coğrafya olması nedeniyle zengin bir biyolojik çeşitliliğe sahiptir. Ayrıca dünyada acil koruma altına alınması gereken biyolojik çeşitlilik açısından zengin 34 sıcak noktadan üçü de (Kafkasya, Akdeniz, İran- Anadolu) Türkiye'de bulunuyor. Bu özelliği ile Türkiye, Çin ve Güney Afrika ile birlikte, sınırları içinde üç sıcak barındıran üç ülkeden biri olan, Türkiye, endemik türleri ile kendi kuşağında biyolojik çeşitlilik açısından en önemli ülkelerden biridir.

WT&T rakamlarına göre Türkiye'de toplam korunan alanların oranı %2 ile 136 ülke arasında en düşük 135. ülke konumundadır. Bu oran gerçekten çok düşük bir orandır. Dolayısıyla bu kadar zengin bir coğrafyaya sahip olan Türkiye'nin T&T indeksinde en düşük sırada alması düşündürücüdür.

Ülkemizde yasal olarak koruma altına alınmış, milli parklar, tabiat parkları, tabiat anıtları, tabiat koruma alanları, uluslararası öneme sahip sulak alanlar, yaban hayatı geliştirme sahaları, muhafaza ormanları, özel çevre koruma alanları, tohum bahçeleri, gen koruma sahaları olmak üzere birçok alan bulunmaktadır.

Korunan alanların, doğa ve biyolojik çeşitliliğin korunması, ziyaretler sebebiyle ekonomiye olan katkısı yanında sağlık, eğitim, temiz hava, su ile turizm konusunda sağladıkları pek çok yarar vardır. Korunan alan oranı ülke yüz ölçümünün yaklaşık %7 sine karşılık gelen 5.647.568 hektardır. Bu korunan alanlar içerisinde orman ekosistemleri toplamı ülke yüzölçümünün %2,5'ine karşılık gelen 2 milyon hektardır. Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesinin 2011-2020 yılları temel hedefi, karasal ve iç su alanlarının en az %17'si, kıyı ve deniz alanlarının en az %10'unun korunan alanlar sistemine entegre edilmesidir. Ulusal Biyo çeşitlilik Stratejisi ve Eylem Planına göre Türkiye'deki orman ekosistemlerinin yarısından fazlası tahrip edilmiştir.

2.4. Doğal Turizme Olan Talep:

Bu gösterge plajlar, Macera ve Aşırı Dalış, Balık Tutma, Doğa Gezintisi, Sörf, Su Sporları, Kış Sporları, Hayvan Bakımı, Korunan Alanlar ve Sürdürülebilir ve Kırsal Turizmle ilgili faaliyetleri içermektedir. Burada gerçekleştirilen değerlendirme, her bir ülkenin turizmle ilgili ulaşılabilir olan yukarıda belirtilen faaliyetlerle ilgili sahip olduğu çekicilikler ve turistik aktivitelere dayanmaktadır. Toplamda 3,818,000 anahtar kelime başta İngilizce, İspanyolca, Fransızca, İtalyanca, Almanca, Portekizce, Rusça, Japonca ve Çince olmak üzere dokuz farklı dilde taranmıştır (T&T Index,2017:360). Görüldüğü üzere WT&T Rekabet İndeksinde sadece bu dokuz dilde hazırlanan veriler dikkate alınmıştır.

2.5. Doğal Unsurların Çekiciliği:

WT&T Rekabet İndeksi burada yaptığı değerlendirmede ise uluslararası turistlerin ülkenizi (parklar, plajlar, dağlar, vahşi yaşam gibi) hangi doğal varlıklar için ziyaret ettiği konusundaki değerlendirmeleri içermektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'nin Rekabet Edebilirlik İndeksinde alt sıralarda olmasının nedenleri indeksin alt unsurları detaylı bir şekilde incelendiğinde görülebilir. Türkiye'nin bu alt unsurlardan en alt sıralarda olduğu konu başlıklarından biri ise Doğal Kaynaklar (2017 yılına göre 70.sırada) dır.

Bilindiği üzere turizmin fiziksel çevre üzerindeki etkisi olduğu kadar; insanoğlunun yaşamı için önemli olan doğal kaynaklar üzerinde de etkisi bulunmaktadır. Doğal kaynaklar kısaca doğada bulunan ve insan ihtiyaçlarını giderebilecek bir şekilde kullanılabilen varlıkların tümü olarak nitelendirilebilir. Daha geniş anlamda ise tarım için kullanılan topraklar, bitki ve hayvanlar, petrol, kömür, inşaatlarda kullanılan taşlar, yerleşme alanları, yollar, tesisler, hava ve güneş ışınları gibi insan ve çevresini etkileyen tüm faktörler doğal kaynaklar terimi içinde yer almaktadır.

Doğal kaynakların turizm ile olan ilişkisi iki boyutta incelenebilir. Bunlardan ilki doğal kaynakların turizm faaliyetleri için kullanılabilmesi ile turizmin doğal kaynaklar üzerindeki etkisidir. Hiç şüphesiz doğa ve doğada bulunan kaynaklar turizmin hızlı bir şekilde büyümesindeki en önemli öğedir. Öyle ki, turistik bir destinasyonun iklimi, orman kaynakları, bitki örtüsü, coğrafi yapısı, manzara güzelliği ve yaban hayatı turizmin gelişiminde önemli bir yere sahiptir.

Bu çalışmada 2017 yılı WT&T Rekabet İndeksinde Türkiye'nin en alt sıralarda olduğu doğal kaynaklar konusu ele alınmıştır. WT&T İndeksi (2017) ülkelerin Doğal Kaynaklarla rekabet edebilirliği konusunu doğal miras listesindeki alan sayısı, toplam bilinen tür, korunan alanlar, doğal turizme olan talep ve doğal unsurların çekiciliği başlıklarıyla değerlendirmiştir. Buna göre Türkiye doğal miras Listesindeki Alan Sayısında 46., Toplam bilinen tür sayısında 65., korunan alanlarda 135., doğal turizme olan talep konusunda 27. ve doğal unsurların çekiciliği konusunda ise 69. Sıradadır.

2017 Yılı WT&T İndeksinde yukarıdaki konu başlıkları üzerindeki ülke değerlendirmeleri birtakım kriterlere dayanılarak gerçekleştirilmiştir. Örneğin doğal turizme olan talep konusunda yalnızca 9 dilde internet üzerinden yapılan taramalar dikkate alınmıştır. Dolayısıyla indeks verilerinin ne kadar sağlıklı veriler içerdiği düşündürücüdür. Ülkeler ile ilgili verilerin elde edilmesinde daha objektif bilgilere ihtiyaç vardır.

Bununla birlikte ülkemiz gerek coğrafi yapısı gerekse iklimi açısından önemli bir konumda olan ülkedir. Ancak zengin flora ve fauna kaynaklarının tespiti, kayıt altına alınması, korunması ve sürdürülebilir turizm bağlamında etkin kullanılması ile ilgili yeterli çalışmaların yürütülmediği görülmektedir. Bu sebeple WT&T Rekabet İndeksinde alt sıralarda olduğumuz söylenebilir. Ülkemizin sahip olduğu zengin flora ve faunanın bölge ya da destinasyonlarda kurulacak doğa müzeleri ve herbaryumlarla tespiti ve turizm amaçlı sergilenmesi sağlanabilir.

Ülkemizde yasal olarak koruma altına alınmış, milli parklar, tabiat parkları, tabiat anıtları, tabiat koruma alanları gibi birçok alan bulunmaktadır. Ancak korunan alanlar ülke yüz ölçümünün yaklaşık %7 sine karşılık gelen 5.647.568 hektardır. Bu korunan alanlar içerisinde orman ekosistemleri toplamı ülke yüzölçümünün %2,5'ine karşılık gelen 2 milyon hektardır. Bu korunan alanlar içerisinde orman ekosistemleri toplamı ülke yüzölçümünün %2,5'ine karşılık gelen 2 milyon hektardır. Bu rakamlar bize ülkemizde korunan alanların çok düşük bir yüzölçümünde olduğu göstermektedir. Bilindiği üzere Brezilya T&T Rekabet İndeksi Korunan Alanlar konusunda ilk sıradadır. Bunun en önemli sebeplerinden biri ise Brezilya'da doğayı korumanın kutsal sayılmasıdır. Bu bağlamda korunan alanların sayının artırılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Bahar, O., Kozak, M., (2005), Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik, Ankara.
- Dindar, M., (2002), Turizm ve Çevre İlişkileri, II. Turizm Şurası Bildirileri, Turizm Bakanlığı, Ankara.
- Uyar, H. (2012), Konaklama Sektörünün Rekabet Edebilirlik Açısından İncelenmesi: Antalya Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya.
- Esen, Ş., Uyar, H., (2012), Examining the Competitive Structure of Turkish Tourism Industry in Comparison with Dioman Model, Science Direct, s:5.
- Porter, M., (1990), Competitive Advantage of Nations, Macmillan Inc., Newyork, USA.
- Taze, F., (2008), Korunan Alanların Hukuksal Statüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

www.csb.gov.tr

<https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>

TURİSTİK DESTİNASYONLARIN ERİŞİLEBİLİRLİK POTANSİYELİNİN BELİRLENMESİ: TARAKLI ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Burhanettin ZENGİN
Sakarya Ün. Turizm Fakültesi
bzengin@sakarya.edu.tr

Öğr. Gör. Erkan TÜRKEVEN
SAÜ Kırkpınar Turizm MYO
eturkseven@sakarya.edu.tr

Arzu KAHVECİ
Akyazı Belediyesi
Park ve Bahçeler Şb. Müdürlüğü

Özet

Dünya nüfusunun %15'ni oluşturan 1 milyar insanın engelli olması, engelli kavramının da zamanla toplumlarca genel kabul görmesi açısından önem arz etmektedir. İnsanın ortalama yaşam süresinin 70 yılı aştığı düşünüldüğünde insanların yaş faktörüne bağlı olarak, hayatlarının yaklaşık 8-10 yılını engelli ya da kısıtlı bir şekilde geçirdiği ortaya çıkmaktadır. Ekonomik özgürlüğün sağladığı avantajla sosyal hayata katılarak yaşamını erişilebilir standartlarda devam ettirmek isteyen dezavantajlı bireylerin, turizm hareketlerine katılmaya yönelik talepleri zamanla artış göstermektedir. Her geçen gün engelli sayısının yükselmesi ve engellilerin turizm faaliyetlerine genellikle refakatli katılmaları sonucunda, engelli turizm pazarı gelişim gösteren ve gelecek vaat eden önemli bir pazar haline gelmiştir.

Bu çalışmanın ana amacı; Türkiye'de erişilebilir turizm uygulamalarını ve yeterliliğini incelemek, tali amacı ise halkın engelsiz turizm dair algı düzeyini ölçmektir. Çalışmada, Dünyada ve Türkiye'de; engellilere yönelik yasal düzenlemeler turizm kapsamında ele alınarak, karşılaştırmalar yapılmıştır. Sakarya'nın Taraklı ilçesindeki ulaşılabilir turizm hareketlerinin, yerel yapıdaki olumlu/olumsuz etkileri, turistik tesislerde engellilere dair getirilmesi gereken standartlar ışığında ele alınmıştır. Araştırma kapsamında Taraklı ve çevresinde yaşayan ya da Taraklı'yı ziyaret etmiş/etmekte olan bazı vatandaşların, Taraklı'nın dezavantajlı bireylere turistik hizmet sağlama noktasındaki durumu ile ilgili görüşleri anket yoluyla alınmıştır.

Literatür incelemesinde, Türkiye'de gerçekleştirilen ulaşılabilir turizmle yönelik araştırmaların yetersiz olduğu gözlemlenmiştir. Analizler neticesinde de yerel halkın engelli ve yaşlılar gibi dezavantajlı bireylere karşı son derece duyarlı oldukları, fakat turizmle katılımları noktasında ve bu çerçevedeki düzenlemeler konusunda bilgi sahibi olmadıkları anlaşılmıştır. Ankete katılanların genel anlamda dezavantajlı kişi ve gruplara karşı hassasiyetlerinin olmasına karşın, çevrelerinde konuya dair olumlu ya da olumsuz uygulamaları algılama düzeylerinin oldukça düşük olması araştırmada elde edilen bir başka önemli sonuçtur.

Anahtar Kelimeler: Erişilebilir turizm, Engelsiz turizm, Turizmin ulaşılabilirliği.

DETERMINATION OF ACCESSIBILITY POTENTIAL FOR TOURISTIC DESTINATIONS: TARAKLI EXAMPLE

Abstract

The fact that the 1 billion people who make up 15% of the world population is disabled is also important in terms of general acceptance of the disabled in time. When the average life span of a person is thought to be over 70 years old, it turns out that depending on the age factor of the people, about 8-10 years of life is handicapped or restricted.

With the advantage afforded by economic freedom, disadvantaged individuals who want to continue their lives in accessible standards by participating in social illusions are increasingly demanding to participate in tourism movements. Because of increasing number of disabled people every day and participating in tourism activities of disabled people, disabled tourism has become an important market that has a developing market and a promising future.

The main purpose of this study is; the purpose of the study is to examine the tourism practices and sufficiency in Turkey and the purpose of the survey is to measure the level of perception of public tourism. In the study, in the world and in Turkey; legal arrangements related to disabilities were taken into consideration within tourism and

comparisons were made. The positive / negative effects of the accessible tourism movements in the Taraklı district of Sakarya are addressed in the light of the standards that need to be introduced regarding the disability in tourist facilities.

Within the scope of the research, some citizens living in and around Taraklı or visiting Taraklı have taken their opinions about the situation of Taraklı at the point of providing tourist service to disadvantaged individuals through questionnaires. In the literature review, it is observed that the researches on accessible tourism conducted in Turkey are inadequate.

Because of the analyzes, it was understood that the local people were extremely sensitive to the disadvantaged people such as the disabled and the elderly, but they were not informed about the participation of the tourists and the arrangements in this framework. Another important result of the survey is that the level of perception of the positive or negative applications of the subject is very low, even though the respondents are generally sensitive to disadvantaged persons and groups.

Keywords: Accessibility of Tourism, No Disabled Tourism.

1. GİRİŞ

Dünya’da engelli bireylerin sayısı artan nüfusun da etkisiyle her geçen gün çoğalmaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 15’inin en az bir engel türü yaşadığı Dünya Engellilik Raporu’nda beyan edilmiştir (Dünya Sağlık Örgütü, 2011). Dünya Bankası ve Dünya Sağlık Örgütü tarafından yapılan bir araştırmada dünyada 1 milyar engelli bulunduğu belirtilmektedir (Şahin ve Erkal, 2013, s. 143). Türkiye’deki duruma bakıldığında engelli olan nüfusun toplam nüfus içindeki oranının yüzde 12.29 olduğu görülmektedir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2014). Bu, ülkemizde yaklaşık 8,5 milyon engelli bireyin yaşadığı anlamına gelmektedir (Yılmaz ve Gökçe 2012). Tıp alanındaki gelişmelere rağmen bu rakamların gelecekte daha da artacağı ifade edilmektedir. Örneğin, 2030 yılında ABD’ de engellilerin sayısının 100 milyona ulaşacağı öngörülmektedir (Burnett ve Bender 2001).

Bu çalışmanın teorik kısmında engellilerin turizme katılmalarını etkileyen faktörler incelenmiştir. Taraklı destinasyonunu kapsayan uygulama kısmında ise araştırma alanı, araştırmanın problemi, amacı, önemi, sınırlılıkları, yöntem ve bulguları yer almaktadır. Bunun yanı sıra, araştırmada kullanılan yaklaşım ve yöntemin betimlemesi yapılarak, bu yöntemin tercih edilme nedenleri ve araştırma grubunun özellikleri anlatılmaktadır. Son olarak, araştırmanın esasını oluşturan veriler analiz edilerek çalışma, sonuç-öneriler kısmı ile tamamlanmaktadır.

2. ENGELLİ TURİZMİ KAVRAMI

Engelli turizmi (disabled tourism) diğer turizm türlerinden farklı olarak, engelli bireylerin turizm faaliyetine katılmaları olarak tanımlanabilir. Engelli turizmde esas amaç engelli bireylerin sorunsuz olarak turizmden faydalanmalarının sağlanmasının yanı sıra seyahatleri ve konaklamaları sırasında tatillerinin kalitesini düşürecek problemler ile karşılaşmalarını önlemektir.

Belli bir yaşın üstünde olan ve vücut sağlığı tam olarak yerinde olmayan turistler de engelli turizmi içinde değerlendirilebilirler. Dünya’daki yaşlı ve engelli turistlerin turizm faaliyetlerine katılma nedenlerinin sağlık, dinlenme, rahatlama, sosyalleşerek günlük yaşamın stresinden kurtulma olduğu gibi özgürlüğe bağlı heyecan yaşama ve yeni yerleri ziyaret etme amaçlı da olduğu görülmektedir (Shaw ve Coles, 2004). Ayrıca, Kanada’da yapılan bir araştırma sonucunda engellilik yaşayan bireylerin yüzde 45’inin yakınlarını ziyaret, yüzde 21’inin dinlenme, yüzde 7’sinin sağlık, yüzde 6’sının kültür ve spor, yüzde 6’sının iş amaçlı seyahat ettiği gözlenmiştir (Stafford vd., 2001: 7). Bunun yanında engelli turistlerin kolaylıkla erişim sağladıkları yerlere sadık kalarak, aynı yerleri yeniden tercih ettikleri vurgulanmaktadır (Westcott, 2004: 5). Yapılan araştırmalar göstermektedir ki, engelli bireylere çeşitli kolaylıklar sağlamak için gerçekleştirilen yerel hizmetlerin iyileştirilme çalışmaları büyük oranda topluma yeniden kazandırabilme başarısını sağlamaktadır. (Zengin ve Eryılmaz, 2013:54-56)

Son zamanlarda özel bir pazar olarak dünyada kabul gören engellilere yönelik turizmin gelişmesi için, engelli turistlere diğer turistlerle eşdeğer kalitede özgürce tatil yapabilme imkânının sağlanması gerekmektedir. Bu bireylerin hem toplumsal yaşama hem de turizme katılarak seyahat eğiliminin artış göstermesiyle, turizm sektöründe global büyümeye önemli katkılar sağlanacağı düşünülmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) 2014 verilerine göre Türkiye'deki toplam nüfusun yüzde 8,2'sine tekabül eden altı buçuk milyon kişi 65 yaş ve daha yukarısı yaş grubunda bulunmaktadır.(tuik.gov.tr) Yaşlı nüfus oranının 2023'te yüzde 10.2, 2050'de yüzde 20.8 olacağı, 2075 yılında ise yüzde 27.7'ye çıkacağı öngörülmüştür (www.ogunhaber.com). Bu durumda ileri yaş ve engelli turizmine katılım oranı artmaktadır.65 yaş üstü ve engelli turizmi kapsamında turistler rehabilitasyon, çeşitli terapiler; engelli bireyler ise bakıma yönelik tedaviler ve çeşitli geziler içeren faaliyetlere veya programlara katılabilir (Aydın vd., 2011: 6).

Tablo 1:Turizm faaliyetlerini etkileyen faktörler

İç Faktörler		Dış Faktörler	
Bireysel	Ekonomik	Çevresel	İletişimsel
- Bilgi ve donanım yetersizliği	-Maddi imkânların varlığı	-Mimari	-Beceri eksikliği veya uygunsuzluğu
-Sosyal yaşamdaki başarısızlık	- Gelir Eşitsizliği	-Ekolojik ve coğrafi uyum	-İletişim Zorluğu
-Sağlık problemleri	-Refakatçiye ihtiyaç duyma ve giderlerini karşılayabilme	-Kurallar ve düzenlemeler	-Katılıma özendirme eksikliği
-Psikolojik veya fiziksel engeller		-Güvenlik	-Turizm endüstrisinde çalışanların tavırları
			-Uygun bilgilendirme

Kaynak: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 7 (2), s. 238

b. Engellilerin Turizm ve Seyahat Faaliyetlerine Katılmalarını Engelleyen Unsurlar

McKercher ve diğerlerine (2003), göre engelli bireylerin turizm alanındaki aktivitelerini etkileyen faktörleri iç ve dış olmak üzere iki ana başlıkta toplamak mümkündür. Tablo 1'de bu iki ana faktöre ait alt faktörler ile bu faktörleri oluşturan bileşenlere yer verilmiştir. Engelli bireylerin turizm faaliyetine katılmalarını engelleyen iç faktörler bireysel ve ekonomik olmak üzere iki grupta ifade edilmiştir. Dış faktörler ise çevresel ve iletişimsel faktörler olarak açıklanmaktadır (McKercher vd., 2003: 468). Bireysel faktörler özellikle engelli bireyce sahip olunan fiziksel, bilişsel ve psikolojik engelleri içermektedir. Çevresel faktörler, mimari, ekolojik ve tutumsal engellerden oluşmaktadır. Tutumsal engeller, engellilerin kolaylıkla hareket edebilmesini sağlayacak davranış ve kuralları, mimari engeller fiziki yapısıyla ilgili engelleri ve ekolojik engeller ise bölgenin doğal yapısından kaynaklanan oluşumları (dik yokuşlar, engebeli arazi yapısı vb.) içermektedir (McKercher vd., 2003: 469).

c. Türkiye'deki Engellilerin Turizm ve Seyahat Faaliyetlerine Katılmalarını Engelleyen Unsurlar

Türkiye Özürlüler Araştırması'nda (2002) göre ülkemizde yaklaşık olarak 8,5 milyon engelli bireyin varlığından sözedilmiştir. Bu araştırmaya dayanılarak TÜBİTAK ve DPT işbirliği ile hazırlanan Türkiye Özürlüler Araştırması İleri Analiz Raporu'na (2006) göre ise engelli nüfusun en yoğun olarak Marmara Bölgesi'nde bulunduğu belirtilmiştir. Araştırmada, yaşlılık ile engellilik arasındaki bağlantıya dikkat çekilmektedir. Yaşlanmanın doğal etkileri sonucunda hareket kısıtlılığının meydana geleceği dolayısıyla bu durumun da engelliliğe sebep olacağı vurgulanmaktadır. Bununla birlikte, toplumumuzun gelecekte daha da yaşlanacağı, yani yaşlıların nüfus içindeki oran ve sayılarında dikkate değer artışlar oluşacağı öngörülmektedir.

TÜRSAB Engelsiz Turizm Komitesi'nce Türkiye'de tespit edilen bazı problemler şu şekilde sıralanabilir(TÜRSAB, AR-GE Raporu, 2008):

- Engelliler için yeterli sayıda toplu ulaşım araçları bulunmamaktadır.
- Kentin görülmeye değer turistik alanlar ile müze ve ören yerlerinin engellilere uygun şekilde tasarlanmamış (girişlerin rampaların uygun şekilde yapılmaması, engellilerin kullanabileceği

tuvaletlerin olmaması gibi), kaldırımların engellilerin kullanabileceği biçimde yapılandırılmamıştır.

- c. Engellilere yönelik serbest park etme imkânları ile uygun işaretli levhalar bulunmamaktadır.
- d. Engellilerin kullanımına uygun şekilde telefon ya da bilişim hizmeti bulunmamaktadır.
- e. Özel araçlarıyla ülkemize giriş yapan turistler sınır kapılarında işlemlerini kolayca yaptırabilecekleri fiziksel düzenlemelerin bulunmaması nedeniyle sıkıntı yaşamaktadırlar (Örneğin, pasaport kontrollerinin yapıldığı mekânda birkaç basamaklı merdivenin bulunması gibi).
- f. Hastane, sağlık ocağı, karakol gibi kamu binalarında engellilerin bu hizmetlerden faydalanmasına yönelik donanımlar oldukça yetersizdir. (düzenlemeler yapılırken engellilerin yalnızca yürüme değil, görme ve işitme gibi sorunlar yaşadıkları göz ardı edilmemelidir).
- g. Sorun yaşayan engellinin sorununu aktarıp çözüm arayabileceği özel merci ve makamlar bulunmamaktadır.
- h. Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'te 80 oda ve üzerinde olan oteller ile tatil köylerinde toplam oda kapasitesinin ancak yüzde 1'i oranında engelli odası bulundurulması yükümlülüğü olmasına rağmen, işletmeler ticari kaygıyla bunu asgari düzeyde tutmaktadır. Bu sebeple, konaklama kapasitesi özellikle grup halinde gelmek isteyen engelli turistleri ağırlamaya yetmediğinden, gelen taleplere olumsuz yanıt verilmek zorunda kalınmaktadır.
- i. Mevcutta hizmet veren engelli odalarının bir kısmının engellilerin ihtiyaçlarını karşılayacak düzeyde bulunmadığı tespit edilmiştir.
- j. Yönetmelikte belirtilen odaların yanı sıra, tesislerin girişi, genel tuvaletler, yeme-içme ünitesi, mola noktası, temalı parklar ile eğlence merkezlerinde bedensel engellilere yönelik düzenlemelerin yapılması gerektiği belirtilmişse de işletmeler tarafından bu kurallara ya hiç uyulmamakta ya da yapılan düzenlemeler yeterli olmamaktadır (www.tursab.org.tr).

Özetle, seyahat ve turizm endüstrisinin bu sektörde bir bütün olarak hareket etmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda "bilginin doğru ve erişilebilir olarak sunulması, ulaşım noktasında erişilebilir araçlar kullanılması, turizm destinasyonlarında erişilebilir altyapı ve üstyapının olması ve turizm hizmet personelinin eğitimi konuları" engelli turizmi için son derece önem arz etmektedir (TÜRSAB, AR-GE Raporu, 2008). Çünkü engelli insanların birçoğu, engellerin yarattığı bu olumsuz koşullar sebebiyle seyahate çıkmayı veya turizm faaliyetine katılmayı düşünmemektedir. Bütün bu engeller ortadan kaldırıldığı ya da en aza indirildiği takdirde, engelli insanların turizm endüstrisine bakış açılarının değişmesi ve turizm faaliyetlere katılmak için daha istekli olmaları beklenebilir.

5. TARAKLI'NIN ERİŞİLEBİLİRLİK POTANSİYELİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK ALAN ARAŞTIRMASI

a. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bacasız sanayi olarak nitelendirilen turizm, otoritelerce çok önemli ihracat kalemlerinden biri olarak görülmektedir. Ekonomik etkisi büyük olduğundan turizmin her yönüyle gelişmesinin faydalı olacağına inanılmaktadır. Turizmi sadece sağlıklı insanlara yönelik düşünmek yerine çemberi geniş tutarak engelli insanların da turizm planlarına dahil edilmesiyle, ciddi bir turist potansiyelinin olduğu görülmektedir.

Elbette turizmdeki gelişmenin olumlu etkilerinin çokluğu yanında turizmin birtakım olumsuz etkilerinin de olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu araştırma ile bu olumlu ve olumsuz etkileri incelerken, Taraklı gibi doğallığını kaybetmemiş destinasyonlarda yerel halkın, son yıllarda turizmin önemli bir kolu olan engelli turizmüne bakış açıları değerlendirilmeye çalışılmıştır.

b. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada birincil veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket oluşturma sürecinde Eryılmaz (2010) ile Birdir ve diğ.(2014)'nin çalışmalarında kullandıkları ölçeklerden yararlanılmıştır. Geçerliliğin en üst düzeye çıkarılması için hazırlanan anket formu uzman görüşüne sunularak anket formuna son şekli verilmiştir. Ankette demografik özellikleri tespit etmeye yönelik 7

sorunun yanı sıra Taraklı'nın engelsiz turizm potansiyeli 35 ifade ile beşli Likert ölçeği kullanılarak ölçülmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda anket, Kesinlikle Katılıyorum (1) ve Kesinlikle Katılmıyorum (5) aralığında cevap alınabilecek şekilde oluşturulmuştur.

c. Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Kısıtları

Araştırmanın evrenini Taraklı ve çevresinde yaşayan ve Taraklı'ya en az 1 kere gitmiş vatandaşlar oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme ise basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre veri elde edilen 213 kişi üzerinde yapılmıştır. Çalışma, zaman sınırı ve finansal kısıtlar sebebiyle 213 anketle sınırlandırılmıştır.

d. Analiz ve Bulgular

Anket çalışması kapsamında veri toplama süreci sonunda 213 anket SPSS 15 paket programı kullanılarak, çeşitli istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Öncelikle verilerin normal dağılımının belirlenmesi için aritmetik ortalama, standart sapma ve medyan değerlerine bakılmıştır. Bu değerlerin bir birine yakın çıktığı görülmüştür. Bununla birlikte veri dağılımının normalliği ile ilgili verilerin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) değerlerinin de önemli bilgiler sağlamasından dolayı bu değerlere de bakılmıştır. Bu bilgiler ışığında verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiş ve bunun gereği olarak da parametrik testlerin yapılmasına karar verilmiştir.

Araştırmanın geçerliliğinin test edilmesi amacıyla, veri seti ikiye bölünmek suretiyle analizler yapılmış ve bu analizlerin birbirine yakın sonuçlar verdiği gözlemlenmiştir. Araştırmanın güvenilirliğine ilişkin ise Cronbach Alpha katsayısı 0,827 olarak hesaplanmıştır. Cronbach Alpha değerinin 0,7'den büyük olması yapılan çalışmanın güvenilir olduğunu göstermektedir (Altunışık vd, 2012: 126). Sonraki süreçte demografik değişkenler ve genel sorulara ilişkin frekans analizi yapılmıştır. Bununla beraber engelsiz turizm potansiyeli ile ilgili ifadelerin sadeleştirilmesine yönelik olarak "Açıklayıcı Faktör Analizi" yapılarak 35 ifade 5 faktöre indirgenmiştir.

Son olarak ise katılımcıların engelsiz turizm potansiyeline ilişkin boyutların katılımcıların özelliklerine göre görüş farklılıklarının tespiti için "Bağımsız Gruplar T-Testi" (Independent Samples T-Test) ile "One- Way ANOVA" testleri yapılmıştır. T-Testi iki değişkenli ifadelerle uygulanabildiğinden cinsiyet ve medeni durum için T-testi uygulanmış fakat her ikisinde de değişkenler arasında anlamlı bir farklılığa rastlanmadığından T-Testi sonuçlarına çalışma içerisinde yer verilmesine gerek duyulmamıştır. Anova testi sonucu ortaya çıkan farklılıkların hangi gruplar arasında gerçekleştiğinin tespit edilmesi için araştırmanın verilerine uygun olduğundan dolayı "Scheffe Testi" uygulanmıştır. Ancak iki farklı boyutta bir değişken için Scheffe testi sonuç üretmediğinden Tukey testine başvurulmuştur. Bulgular bölümünde, Faktör Analizi sonucu oluşan 5 boyuttan en az bir tanesine göre anlamlı farklılık üreten demografik değişkenlere yer verilmiştir. 5 boyuttan herhangi biri için anlamlı farklılık üretemeyen demografik değişkenlere yer verilmemiştir.

Demografik değişkenlere ilişkin Tablo 2 incelendiğinde erkeklerin %52,6 oranıyla kadınlardan, evlilerin ise yüzde 63,8 oranıyla bekârlardan daha fazla oldukları görülmektedir. Eğitim durumuna bakıldığında 29 lisansüstü eğitime sahip katılımcının olduğu ve lisansüstü katılımcı sayısı ile ilköğretim mezunu katılımcı sayısının eşit olduğu göze çarpmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun lise mezunu olması eğitimle ilgili bir başka dikkat çekici husustur.

Mesleğe ilişkin ayrıntılar incelendiğinde kamu çalışanlarının yüzde 51,6 oranla büyük bir pay sahibi oldukları gözlemlenmektedir. Özel sektör çalışanı olduğunu belirten katılımcı sayısı ile mesleğini 'diğer' olarak belirten katılımcı sayısı hemen hemen aynıdır. Demografik bilgilerin bir başka boyutunu oluşturan 'Taraklı' ya dair bilgi kaynağı sorusu incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun (yaklaşık %78) en az bir kere Taraklı 'ya gitmiş oldukları anlaşılmaktadır. Bu, çalışma bulgularının güvenilirliğine dair önemli bir ayrıntıdır. Bir diğer ifade ise katılımcıların yüzde 76'sı en az bir tane engelli tanıdığı olduğunu belirtmiştir. Bu durum katılımcıların çoğunun engellilerin yaşantısı, beklentileri ve karşılaştıkları zorluklarla ilgili fikir sahibi oldukları varsayımını doğurmaktadır. Son demografik değişken olan katılımcıların tatile çıkma durumu incelendiğinde katılımcıların yüzde 70'e yakınının tatil alışkanlığı olduğu ortaya çıkmaktadır. Çalışmanın sağlıklı olması açısından

katılımcıların Taraklı'ya, tatile ve engellilik durumuna dair fikir sahibi olmaları beklenmektedir. Elde edilen demografik bulgular bu beklentinin karşılanabileceği inancı doğurmaktadır.

Demografik bulgular değerlendirildikten sonra Likert ölçeği ile cevaplanan 35 ifadenin değerlendirilmesine geçilmiştir. 35 ifadenin her biri için değerlendirme yapmak uzun olacağından ve bazı ifadeler birbirinin sağlaması niteliği taşıdığından faktör analizi yapılarak ifadelerin sadeleştirilmesinin uygun olacağı düşünülmüş, öncelikle veri setinin faktör analizine uygun olup olmadığını anlamak için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri (yüzde 93,5) ile Barlett's testi (0,00) sonuçlarına bakılmıştır. Bu oranlar veri setinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Yapılan açıklayıcı faktör analizi neticesinde anlamlılığı olumsuz etkileyen 12 ifade değerlendirmeden çıkarılmıştır. Geri kalan 23 ifade, "mevcut fiziki imkânlar", "alt ve üst yapı standardizasyonu", "işletmelerin yetkinliği", "engelli turizminin olumsuz etkileri" ve "destinasyonun engelli turizmüne uygunluğu" başlıkları altında 5 faktöre ayrılmıştır. Faktör Analizi sonucunda analize ilişkin toplam açıklanan varyansın yüzde 61,63 olduğu ortaya çıkmıştır. Toplam açıklanan varyansın yüzde 60'tan düşük olmaması arzu edilmekle beraber, bazı araştırmacılar açıklanan toplam varyansın asgari yüzde 50 olarak kabul edilebileceğini vurgulamaktadır (Altunışık vd, 2012: 275).

Tablo 2: Demografik Bilgilere İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

DEĞİŞKENLER	N	%	DEĞİŞKENLER	N	%
Cinsiyet			Medeni durum		
Erkek	112	52,6	Evli	136	63,8
Kadın	101	47,4	Bekâr	77	36,2
Meslek			Eğitim durumu		
Kamu çalışanı	110	51,6	İlköğretim	29	13,6
Özel sektör çalışanı	35	16,4	Lise	67	31,5
Esnaf	25	11,7	Ön lisans	43	20,2
İşveren	9	4,2	Lisans	45	21,1
Diğer	34	16	Lisansüstü	29	13,6
Taraklı ile ilgili bilgi kaynağı			Çevresinde engelli birey olma durumu		
İkamet	36	16,9	Yok	51	23,9
Memleket	15	7	Görme	17	8
Ziyaret	115	54	İşitme	14	6,6
Medya	23	10,8	Fiziksel	64	30
Rivayet	24	11,3	Zihinsel	16	7,5
			Birden fazla engel tipi	51	23,9
Tatile çıkma sıklığı					
Hiçbir zaman	23	10,8			
Her yıl	101	47,4			
Birkaç yılda bir	43	20,2			
Çok nadir	46	21,6			

Faktör başlıkları ve kapsadıkları ifadeler Tablo 3'te belirtilmiştir.

Tablo 3: Faktör Analizi Sonuçları

Mevcut fiziki imkânlar	Açık Var. : 24,338	Faktör Yüğü
İmarın engelliler için uygunluğu		0,836
Engellilere yönelik uygulamaların yeterliliği		0,789
Tesis ve umumi alanların engellilerin kullanımına uygunluğu		0,782
Görme engelliler için uyarıların varlığı		0,754
İşitme engelliler için uyarı levhalarının yeterliliği		0,753
Ortopedik engelliler için ulaşım imkânlarının yeterliliği		0,744
İlçe genelinde engelliler için özel düzenlemelerin varlığı		0,722
Otoparklarda engelli park yeri varlığı		0,614
Alt ve üst yapı standardizasyonu	Açık Var. : 18,967	Faktör Yüğü

Engelliler için özel tesislerin inşa edilme gerekliliği		0,827
Altyapının uluslararası standartlara uygun hale getirilme gerekliliği		0,723
Tesislerin uluslararası standartlara uygun hale getirilme gerekliliği		0,672
Engelli beklentilerinin tespitinin gerekliliği		0,665
Ürün ve hizmet geliştirme sürecine engellilerin katılımının sağlanması gerekliliği		0,562
İşletmelerin yetkinliği	Açık Var. : 7,730	Faktör Yüğü
İşletmelerin duyarlılığı		0,780
Uygun işletmelerin bakanlıkça belgelendirilmesi gerekliliği		0,714
İşletmelerin personeline yönelik eğitim düzenleme gerekliliği		0,675
Hazırlanacak hizmet maliyetlerinin düşüklüğü		0,540
Engelli turizminin olumsuz etkileri	Açık Var. : 5,874	Faktör Yüğü
Turist sayısındaki artışın doğal güzelliklere zarar verme durumu		0,792
Turist sayısındaki artışın sosyal ve kültürel yapıyı bozma durumu		0,741
Engellilerin turizme katılımının uygunsuzluğu		0,633
Yörenin engelsiz turizm için uygun hale getirilmesinin zorluğu		0,551
Destinasyonun engelsiz turizme uygunluğu	Açık Var. : 4,725	Faktör Yüğü
Taraklı'nın ideal bir tatil beldesi olma durumu		0,639
Teknik imkanların uygunluk durumu		0,631
Engelli ve engelsiz bireylerin kaynaşma durumu		0,606

Varimaks Rotasyonlu Temel Bileşenler Analizi: Açıklanan Toplam Varyans: %61,634; Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Büyüklüğü: %93,5; Barlett Küresellik Testi (0,00): $p < 0,05$; df. 231; Ki-Kare: 3617,137 Değerlendirme Aralığı (Bütün Boyutlar için [1] Kesinlikle Katılıyorum – [5] Kesinlikle Katılmıyorum)

Tablo 4: Faktör Boyutları ile Eğitim Durumuna İlişkin One-Way ANOVA Sonuçları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	F Değeri	P Değeri
Mevcut fiziki imkanlar	İlköğretim	29	3,2759	0,167	0,955
	Lise	67	3,3731		
	Önlisans	43	3,3721		
	Lisans	45	3,4222		
	Lisansüstü	29	3,3448		
Alt ve üstyapı standardizasyonu	İlköğretim	29	2,0000	2,186	0,072
	Lise	67	2,1493		
	Önlisans	43	2,0233		
	Lisans	45	1,9111		
	Lisansüstü	29	1,7241		
İşletmelerin yetkinliği	İlköğretim	29	2,3103	0,887	0,472
	Lise	67	2,2388		
	Önlisans	43	2,2558		
	Lisans	45	2,0222		
	Lisansüstü	29	2,0690		
Olumsuz etkiler	İlköğretim	29	3,3448	1,597	0,176
	Lise	67	3,6567		
	Önlisans	43	3,3953		
	Lisans	45	3,7333		
	Lisansüstü	29	3,7241		
Destinasyonun uygunluğu	İlköğretim	29	2,6207	3,812	0,005*
	Lise	67	3,0746		
	Önlisans	43	2,7209		
	Lisans	45	2,8889		
	Lisansüstü	29	2,5172		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Eğitim durumuna ilişkin farklılıkların tespitine yönelik yapılan ANOVA Testi sonuçlarının Faktör Analizi sonucu oluşan 5 boyut içinde anlamlı farklılık gösterdiği Tablo 4’den anlaşılmaktadır.

“Destinasyonun engelli turizmüne uygunluğu” boyutundaki farklılık ($p=0,005$) lisansüstü mezunlarının lise mezunlarına göre boyuta yönelik daha olumlu yaklaşımlarından kaynaklanmaktadır.

Tablo 5 incelendiğinde, çalışmadaki 5 farklı boyuttan yalnızca “alt ve üst yapı standardizasyonu” başlıklı faktöre verilen cevaplar meslek gruplarına göre farklılık göstermektedir. Aralarında anlamlı farklılık ($p= 0,008$) tespit edilen meslek grupları kamu çalışanları ve esnaflardır. Kamu çalışanları engelli turizmüne dair yatırımlar yapılmasını esnaf katılımcılara göre anlamlı farklılık oluşturacak şekilde daha gerekli görmektedir.

Tablo 5: Faktör Boyutları ile Mesleğe İlişkin One-Way ANOVA Testi Sonuçları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	F Değeri	P Değeri
Mevcut fiziki imkanlar	Kamu çalışanı	110	3,4000	0,197	0,940
	Özel sektör çalışanı	35	3,2857		
	Esnaf	25	3,3200		
	İşveren	9	3,4444		
	Diğer	34	3,3529		
Alt ve üstyapı standardizasyonu	Kamu çalışanı	110	1,9182	3,515	0,008*
	Özel sektör çalışanı	35	1,9429		
	Esnaf	25	2,4400		
	İşveren	9	2,2222		
	Diğer	34	1,9118		
İşletmelerin yetkinliği	Kamu çalışanı	110	2,0636	1,713	0,148
	Özel sektör çalışanı	35	2,1714		
	Esnaf	25	2,4800		
	İşveren	9	2,3333		
	Diğer	34	2,3235		
Olumsuz etkiler	Kamu çalışanı	110	3,7000	2,119	0,080
	Özel sektör çalışanı	35	3,7143		
	Esnaf	25	3,3600		
	İşveren	9	3,1111		
	Diğer	34	3,3824		
Destinasyonun uygunluğu	Kamu çalışanı	110	2,8364	0,741	0,565
	Özel sektör çalışanı	35	2,8286		
	Esnaf	25	2,9600		
	İşveren	9	2,4444		
	Diğer	34	2,7941		

* $p<0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Faktör Analizi sonucu oluşan beş boyuttan üçünde katılımcıların Taraklı’ya dair bilgi edinme yollarının farklılığına göre görüş farklılıkları ortaya çıkmıştır. Taraklı ile ilgili duyularına dayalı bilgi sahibi olanların engellilere yönelik imkanlarla ilgili pek fikir sahibi olmadıkları, buna karşın Taraklı’ yı ziyaret etmiş olanların imkanların yetersiz olduğunu gözlemledikleri anlaşılmaktadır. Bu durum iki grup arasında anlamlı farklılık doğurmaktadır. İşletmelerin yetkinliğine dair kullanılan ifadelerde Taraklılı olup da Taraklı dışında yaşayanlar ile Taraklı’ yı çevresinden duyduğu kadarıyla bilenler arasında fikir ayrılığı olduğu tespit edilmiştir. Bu fikir ayrılığı bahsi geçen iki grubun cevapları arasında anlamlı farklılık olmasına sebebiyet vermektedir. Taraklılılar –işletmecileri tanıyor olmaları sebebiyle olsa gerek- konuyla ilgili sorulara daha pozitif ağırlıklı cevaplar vermişlerdir. Konuyla ilgili olarak Taraklılı olup da Taraklı dışında yaşayanlar Taraklı’ da yaşayanlara ve Taraklı’ yı ziyaret edenlere göre de anlamlı şekilde daha pozitif eğilimli cevaplar vermişlerdir. Engelli turizminin olumsuz etkileri konusunda Taraklılı olanlar ve Taraklı’ da yaşayanlar, Ziyaretçi ve Taraklı’ yı medyadan takip edenlere göre anlamlı fark oluşturacak şekilde daha olumsuz düşünmektedirler.

Tablo 6: Faktör Boyutları ile Taraklı'ya Dair Bilgi Kaynağına İlişkin One-Way ANOVA Testi Sonuçları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	F Değeri	P Değeri
Mevcut fiziki imkanlar	İkamet	36	3,2778	3,001	0,020*
	Memleket	15	3,4667		
	Ziyaret	115	3,4783		
	Medya	23	3,3478		
	Rivayet	24	2,9167		
Alt ve üstyapı standardizasyonu	İkamet	36	2,0833	0,595	0,667
	Memleket	15	2,0000		
	Ziyaret	115	1,9304		
	Medya	23	2,0870		
	Rivayet	24	2,0833		
İşletmelerin yetkinliği	İkamet	36	2,2222	2,023	0,092*
	Memleket	15	1,6667		
	Ziyaret	115	2,2000		
	Medya	23	2,1304		
	Rivayet	24	2,4167		
Olumsuz etkiler	İkamet	36	3,2778	4,567	0,001*
	Memleket	15	3,0667		
	Ziyaret	115	3,7478		
	Medya	23	3,8696		
	Rivayet	24	3,3333		
Destinasyonun uygunluğu	İkamet	36	2,8611	0,721	0,579
	Memleket	15	2,5333		
	Ziyaret	115	2,8348		
	Medya	23	2,9565		
	Rivayet	24	2,7917		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır...

Tablo 7'ye göre fiziksel engelli bir tanıdığı olan katılımcılar, Taraklı'nın engelliler için fiziki imkanlarını engelli tanıdığı olmayanlara nazaran daha yetersiz bulmaktadır. Bu anlayış muhtemelen engelli ihtiyaç ve beklentilerini daha iyi bilmelerinden ve daha hassas durum değerlendirmesi yapabilmelerinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 7: Faktör Boyutları ile Engelli Tanıma Durumuna Göre One-Way ANOVA Testi

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	F Değeri	P Değeri
Mevcut fiziki imkanlar	Yok	51	3,0784	3,877	0,002*
	Görme	17	3,3529		
	İşitme	14	3,6429		
	Fiziksel	64	3,6250		
	Zihinsel	16	3,1250		
	İki ve daha fazla	51	3,3333		
Alt ve üstyapı standardizasyonu	Yok	51	2,1176	1,200	0,310
	Görme	17	2,1765		
	İşitme	14	2,1429		
	Fiziksel	64	1,8750		
	Zihinsel	16	1,8750		
	İki ve daha fazla	51	1,9608		
İşletmelerin yetkinliği	Yok	51	2,2941	0,679	0,640
	Görme	17	2,1176		
	İşitme	14	2,2857		
	Fiziksel	64	2,0469		
	Zihinsel	16	2,1250		

	İki ve daha fazla	51	2,2549		
Olumsuz etkiler	Yok	51	3,4706	2,757	0,020*
	Görme	17	3,2941		
	İşitme	14	3,7143		
	Fiziksel	64	3,8438		
	Zihinsel	16	3,8750		
	İki ve daha fazla	51	3,3529		
Destinasyonun uygunluğu	Yok	51	2,7451	0,790	0,558
	Görme	17	2,7059		
	İşitme	14	2,9286		
	Fiziksel	64	2,9531		
	Zihinsel	16	2,6252		
	İki ve daha fazla	51	2,8235		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

Ayrıca görme engelli tanıdığı olanların engellilerin turizme katılmaları konusunda fiziksel ve zihinsel engelli tanıdıkları olanlara göre daha isteksiz oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte Birden fazla ve birbirinden farklı engel durumuna sahip tanıdıkları olanlar da engellilerin turizme katılımını zihinsel özürülü tanıdığı olanlara göre farklı biçimde gerekli görmemektedirler.

Tablo 8 incelendiğinde birkaç yılda bir tatile gittiğini beyan edenlerin Taraklı'nın engellilere yönelik mevcut fiziki imkanları konusunda tatil kültürü olmayan katılımcılara göre anlamlı farklılık oluşturacak şekilde daha olumsuz düşündükleri gözlemlenmektedir. Tatile çıkmayan katılımcılar konuyla ilgili bilgi sahibi olmadıklarını beyan etmişleridir. Birkaç yılda bir tatile çıkan katılımcılar ağırlıklı olarak Taraklı'nın engelli turizmine uygunluğu konusunda kararsızken hiç tatile gitmemiş olanlar anlamlı farklılık oluşturacak düzeyde uygun bir tatil beldesi olduğu görüşündedirler.

Tablo 8: Faktör Boyutları ile Katılımcıların Tatile Çıkma Durumuna İlişkin

One-Way ANOVA Testi Sonuçları

Boyutlar	Değişken	Sayı (N)	A. Ort.	F Değeri	P Değeri
Mevcut fiziki imkanlar	Hiçbir zaman	23	3,0000	2,580	0,055
	Her yıl	101	3,3465		
	Birkaç yılda bir	43	3,5116		
	Çok nadiren	46	3,4565		
Alt ve üstyapı standardizasyonu	Hiçbir zaman	23	2,0435	1,492	0,218
	Her yıl	101	1,9010		
	Birkaç yılda bir	43	2,0233		
	Çok nadiren	46	2,1522		
İşletmelerin yetkinliği	Hiçbir zaman	23	2,3043	0,592	0,621
	Her yıl	101	2,1188		
	Birkaç yılda bir	43	2,1628		
	Çok nadiren	46	2,2826		
Olumsuz etkiler	Hiçbir zaman	23	3,1304	2,391	0,070
	Her yıl	101	3,6040		
	Birkaç yılda bir	43	3,6744		
	Çok nadiren	46	3,6957		
Destinasyonun uygunluğu	Hiçbir zaman	23	2,5652	3,560	0,015*
	Her yıl	101	2,7228		
	Birkaç yılda bir	43	3,0930		
	Çok nadiren	46	2,9348		

* $p < 0,05$ düzeyinde anlamlıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Erişilebilir turizmüne yönelik olarak hazırlanan bu çalışma ile elde edilen bulgulara dayalı olarak ulaşılan sonuçlar ve geliştirilen öneriler bu bölümde ifade edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda 213 kişiye anket yapılarak fikirleri alınmıştır. Ankete katılan bireyler, ülkemizde yerli ve yabancı turistlere ulaşılabilirlik ve erişim konusunda gereken hizmetin verilmediğini yüz yüze yapılan görüşmelerde ifade ettikleri gibi, engellilerin Taraklı'da da istedikleri standartlarda özgürce tatil yapamayacaklarını düşündüklerini anket sonuçlarına yansıtmışlardır. Katılımcıların çoğu yaşamsal alanların herkes için ortak kullanılabilir alanlar olması gerektiğini savunduklarından, engelli bireyleri ötekileştirmeyecek şekilde tatil yapılacak tesislerin sadece engelsiz hizmet vermesini istememektedirler.

Çalışmanın geneline bakıldığında cevapların birçoğunun kararsızlık şıkkı etrafında kümelendiği gözlemlenmektedir. Bu da demografik bilgilerden yapılan çıkarımın aksine katılımcıların Taraklı'nın engelli turizmüne yönelik alt ve üst yapı varlığıyla, imkânlarıyla ve yatırım gerekliliğiyle ilgili yeterince fikir ve hassasiyet sahibi olmadıklarının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir

Cittaslow markasına sahip şehirde yerel halkın engelli turizme yaklaşımını belirlemeye yönelik bu araştırmada, beklendiği gibi bireysel özelliklere göre turizmin etkilerine ilişkin anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bunun yanında yerel halkın turizme ilişkin yaklaşımlarını ölçmek üzere sorulan ifadelerle onların farklı faktörlere bağlı olarak, gelişen ya da gelişmekte olan ilçeye dair değerlendirmeleri yanında olumlu ve olumsuz görüşleri ışığında beklentileri ölçülmeye çalışılmıştır.

Yerel halkın Taraklı'da erişilebilir turizmin gelişmesi ile ilgili memnuniyet bileşenlerinin sürekli yüksek düzeyde tutma gayreti, Cittaslow markasına sahip ilçede turizm faaliyetlerin sürdürülebilirliğinin sağlanması için önemli bir etkidir. Fakat Taraklı halkının tüm bu müspet tavrına rağmen turizmdeki gelişmenin yerel kültür ve gelenek görenek üzerindeki olumsuz etkisinden endişe ettiği de bir gerçektir. Katılımcıların genel anlamda dezavantajlı kişi ve gruplara karşı hassasiyetlerinin olmasına karşın, çevresel uygulamaları algılama düzeylerinin ve konuya ilişkin bilgi, tecrübe ve katkılarının oldukça düşük olması da araştırmada edinilen önemli bir sonuçtur.

Araştırma sınırlılıkları çerçevesinde ve yukarıda belirtilen sonuçlara dayanarak daha önce bu konuyla ilgili yapılan araştırmalar ışığında, erişilebilir turizme yönelik olarak Türkiye'de uygulamaya dair aşağıdaki gibi öneriler getirilebilir;

Türkiye'de mevcut yasal düzenlemeler teorikte yetersiz olmasa da, uygulamada yetersiz kalmaktadır. Bu yüzden, öncelikle modern dünyanın engelli haklarına yönelik yasal düzenlemeler ışığında, ülkemizdeki yasal mevzuatın denetimli bir şekilde tam ve etkin uygulanması sağlanmalıdır.

Turizm tesislerinde engellilere yönelik olarak düzenlenmesi gereken şartlar yeniden gözden geçirilerek, uluslararası standartlara uygun hale getirilmelidir.

Turizm Tesisleri Yönetmeliği'nde belirtildiği üzere, 80 oda ve üzeri kapasitesindeki tesisler için yüzde 1'i oranında engelli odası talep edilmektedir. Bu oranın, modern toplumlardaki benzer uygulamalarda olduğu gibi her 100 odadan en az 4'ünün engelliler için düzenlenmesi yönünde değişiklik istenebilir. Ayrıca bu uygulama kapsamına yalnız turizm işletme belgeli tesisler değil, belediye belgeli tesisler de dahil edilebilir. Yönetmeliğin tüm turizm belgeli işletmeleri kapsayacak şekilde düzenlenmesi ile şu an yönetmeliğin dışında kalan işletmelerin de engellilere uygun hale getirilmesi sağlanacaktır.

Yapılacak düzenlemeler belirlenirken sadece bedensel engelliler değil görme, işitme, konuşma ve diğer engelli türleri de dikkate alınmalıdır.

Yeni inşa edilecek tesislere yatırım ve/veya işletme belgesi verilirken, özellikle sağlık turizmi veya termal turizm alanında faaliyette bulunacak konaklama tesislerinin engelli odası sayısının diğerlerine göre daha fazla ve engellilere yönelik uygulamaların daha detaylı olmasına özen gösterilmelidir.

Engelliler için turizm tesislerinde yapılan düzenlemeler diğer müşterilerin kullanımına engel olmamalıdır. Aksine engelliler için yapılan düzenlemeler, yaşlılar, hamile bir kadın, çocuk arabası süren veya küçük çocuklu bir anne, ağır paket, bavul, eşya taşıyan gibi zaman zaman belli koşullara

bağımlı olarak hareket kısıtı yaşayan insanlar için de faydalı olacağı düşünülmelidir. Engellilere özgü alanlar yaratmayı amaçlamak yerine tüm alanların sağlıklı bireyler için olduğu kadar engelliler için de ulaşılabilir olması amaç edinilmelidir.

Engelli turizmi konusundaki en önemli problem bilinçtir. Ülkemizde engellilik durumu; çaresizlik, acıma, eve hapsolme algısını oluşturmaktadır. Bu bilinci değiştirmek için sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler ve bakanlıklarla birlikte toplumu bilinçlendirmeye yönelik aktivitelere önem vermelidirler.

Her şeyin temeli eğitimden başlar düşüncesinden hareketle; eğitim hayatı boyunca tüm toplum bireyleri, engelli ve engellilik konularında bilinçlendirerek, iş hayatı içindeki kamu ve özel sektör çalışanları da zaman zaman hizmet içi eğitimlerle engelli turizmi ve engellilerin hakları ve ayrımcılık yapmadan eşit davranılması gibi konularda bilinçlendirilmelidirler.

Bu araştırmanın sonuçlarına bakıldığında, toplumun henüz engelli bireylerle ilgili yeterli farkındalığının olmadığı ve öncelikli amacın farkındalığı arttırmak olması gerektiği anlaşılmaktadır. Bundan sonra alanla ilgili yapılacak çalışmaların, halkın tepkisini ölçmekten önce, uygulamaların hayata geçirilme düzeyi ve gerekliliğine yönelik olarak nitel araştırmalar olması ve konuyla ilgili otoriteleri yönlendirici bir yapıya sahip olması gerektiği düşünülmektedir. Uygulamalar yeterli derecede hayata geçirilip farkındalık oluştuktan sonra yapılacak olan nicel araştırmaların daha sağlıklı sonuçlar vereceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aydın, D. ve diğerleri, (2011). *Türkiye 'de Medikal Turizmin Geleceği*. Ankara : T.C.
- Burnett, J. and Baker, H. B. (2001). Assessing The Travel Related Behaviors of The Mobility Disabled Consumer. *Journal of Travel Research*, 40, 4-11.
- Eryılmaz, B., (2010). Turizmde engelli pazarının değerlendirilmesi ve Bodrum örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi SBE.
- Mayer, H. and Knox, P., (2005). Slow Cities: Sustainable Places in a Fast World. *Journal of Urban Affairs*, 28 (4), ss. 321-334.
- McKercher, B., Yau, M. K. ve Packer, T. L. (2004). Travelingwith a disability: Morethan an accessissue. *Annals of TourismResearch*, 31 (4), 946-960.
- Shaw, G. ve Coles, T., (2004). Disability, holiday making and the tourism industry in the UK: A Preliminary Survey. *Tourism Management*. 25 (3). ss. 397-403.
- Şahin, H. (2012). *Engelli bireylerin konaklama tesislerinden memnuniyet durumlarının incelenmesi*, (Doktora tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Yılmaz, T. ve Gökçe, D., (2012). Kentsel Açık ve Yeşil Alanların Engelli Bireylerin Sosyal Yaşamı Açısından Önemi, *Engelsiz Turizm Sempozyumu*, 27 Temmuz 2012, Antalya, pp. 31-39.
- Zengin, B. ve Eryılmaz, B., (2013). Bodrum Destinasyonunda Engelli Turizm Pazarının Değerlendirilmesi. *International Journal of Economic and Administrative Studies*. 6 (11), s. 5174.

İnternet Kaynakçası

- TUİK Yıllık Rapor, (2016). <http://www.tuik.gov.tr>. [erişim tarihi 10 Eylül 2016].
- TUİK rapor. (2012). <http://www.tuik.gov.tr> [erişim tarihi 01.05.2016], s.1.
- TÜRSAB Raporu, (2008). Dünyada ve Türkiye’de Engelsiz Turizm Pazarı, http://www.tursab.org.tr/engelsiz-turizm/dunyada-ve-turkiyede-engelsiz-turizm-pazarı_487.html [erişim tarihi 01.05.2016].
- TÜRSAB Raporu,(2014). Tursab Sağlık Turizmi Raporu, https://www.tursab.org.tr/dosya/11430/saglikturizmiraporu_11430_3841225.pdf [erişim tarihi 12.05.2016], ss.6-10.
- Westcott, Jacqueline. [URL: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/improving_information_on_accessibility/improving_accessibility_en.pdf] (Erişim tarihi 05.08.2014).

KÜLTÜR VE İNANÇ VARLIKLARININ TURİZM AMAÇLI DEĞERLENDİRİLMESİ: PİRAZİZ İLÇESİ ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. İbrahim SEZER

Giresun Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, Giresun.
ibrahimsezer@mynet.com

Prof. Dr. Ünsal BEKDEMİR

Giresun Üniversitesi Eğitim Fakültesi Sosyal Bilgiler Öğretmenliği Anabilim Dalı, Giresun
unsal.bekdemir@giresun.edu.tr

Özet

Anadolu'nun köklü ve derin geçmişinden günümüze kadar gelen kültür ve inançlar, kendilerine has özellikler göstermekte ve bu durum ülkemiz genelinde kültür ve inanç bakımından çeşitli ve zengin bir birikimin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Tarihi, kültürel ve estetik açıdan değerli olan, somut ve somut olmayan pek çok ögeyi içeren bu kültür ve inanç ürünleri, yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmekte ve bu bağlamda yapılan ziyaretlere ev sahip sahipliği yapmaktadır. Bu durum ülkemizde hem kültür turizminin hem de inanç turizminin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Çalışma sahamız olan Giresun ilinin Piraziz ilçesi de köklü tarihsel geçmişinin ve barındırdığı medeniyetlerin izlerini taşıyan, pek çok kültür ve inanç unsurunu barındırmaktadır. Bunlar içerisinde başta Tiralizade Konakları gibi tarihi konaklar olmak üzere, Şeyh İdris Türbesi ve Pir Aziz Türbesi gibi tarihi türbeler, Eren Camisi, Gedikalizade Camisi, Şihkırın Camisi, Şeyh İdris Camisi gibi tarihi camiler bulunmaktadır. Bunların yanı sıra coğrafi işaret olarak tescillenen Piraziz elması gibi yöresel meyveler ve diğer yemek türleri, yöresel oyunlar ve folklorik etkinlikler, festivaller, düğünler ve eğlenceler, giysiler ve el sanatları gibi bu yörenin kültürünü ve yaşantısını yansıtan ilginç kültürel çekicilikler de bulunmaktadır. Ayrıca Giresun Müze Müdürlüğü verilerine göre; İlçenin 2017 yılı itibariyle ilçede 12 adet tescillenmiş kültür varlığının bulunması, tescilli kültür varlıklarının ilçe merkezi ve yakın köylerde yer alması gibi turizm açısından güçlü yönleri de bulunmaktadır. Çalışmamızda böylesine zengin kültür ve inanç varlığına sahip ilçenin turizm potansiyelinin ortaya çıkarılmasına gayret edilmiştir. Yaptığımız saha araştırmaları neticesinde bu inanç ve kültür mirası zenginliği ve çeşitliliğiyle Piraziz ilçesinin, kültür ve inanç turizmi açısından oldukça elverişli bir durumda olduğu anlaşılmıştır. Piraziz ilçesinin sahip olduğu bu zengin kültürel miras turistik altyapı, yatırım, tanıtım ve konaklama olanaklarının geliştirilmesiyle desteklenmesi takdirde, ilçenin kültür ve inanç turizmi bakımından çok daha ileri bir seviyeye erişebileceği kanısındayız.

Anahtar Kelimeler: Kültür, İnanç, Turizm ve Piraziz.

TOURISM INTENDED ASSESSMENT OF CULTURE AND FAITH PROPERTIES: EXAMPLE OF PIRAZIZ DISTRICT

Abstract

Culture and Faiths from the long-standing and deep past of Anatolia to these days display its specific characteristics and this provides a basis to arise the various and wealthy fund in terms of culture and faith across our country. These culture and faith artifacts which include tangible and intangible several elements and are valuable in terms of historical, cultural and esthetics awaken domestic and foreign tourists' interest and they play host for the visits in this manner. This contributes to the development of both culture tourism and faith tourism in our country.

Giresun – Piraziz that our study area includes several culture and faith factors carrying the traces of long-standing historical past and its civilisations. There are firstly historical mansions such as Tiralizade Mansions, historical tombs such as Sheikh Idris Tomb and Pir Aziz Tomb, historical Mosques such as Eren Mosque, Gedikalizade Mosque, Şihkırın Mosque and Sheikh Idris Mosque. In addition, there are local fruit such as Piraziz apple which is registered as a geographical indication and other types of food, interesting cultural attractions reflecting the culture and experience of this territory such as regional game and folkloric activities, feasts, weddings and entertainment, clothes, handicrafts. Piraziz is pretty sufficient in terms of culture and faith tourism with richness and variety of all these faith and culture heritage. Moreover according to Giresun Museum Directorate data as of 2017, there are 12 registered provincial cultural properties in the province, location of

registered cultural assets in the district center and nearby villages, and these are strong aspects in terms of tourism of the area. In our study, we have tried to reveal the tourism potential of the district with such rich culture and beliefs. As a result of field research we have conducted, it has been understood that the Piraziz district is very favorable in terms of cultural and religious tourism with its richness and diversity of beliefs and cultural heritage. If this rich cultural heritage of the Piraziz district is supported by the development of tourist infrastructure, investment, promotion and accommodation facilities, we think that the county can reach a much higher level in terms of culture and religious tourism.

Keywords: Culture, Faith, Tourism and Piraziz.

1.GİRİŞ

Kültürler ve inançlar, toplumların geçmişten gelen birikimleriyle oluşturmuş olduğu, insanların yaşantılarının izlerini taşıyan, maddi ve maddi olmayan öğelerin içerisinde yer aldığı değerlerdir. Kültürlerin ve inançların neticesinde günümüze kadar ulaşmış somut ve somut olmayan öğeler, gerek tarihsel değerleri, gerek kendilerine özgü nitelikleri ve gerekse estetik özellikleriyle günümüz insanının ilgisini çekmekte ve bunun için insanlar seyahatler gerçekleştirmektedirler. Gerek kendi gerekse başka toplumların kültür ve inanç varlıklarını görmek ve deneyimlemek için insanların seyahatlere çıkmaları neticesinde kültür turizmi olarak ifade edilen turizm çeşidi ortaya çıkmıştır. Buna ek olarak insanların kutsal saydıkları yerleri veya yapıları ziyaret etmeleri de inanç turizmi olarak ifade edilen turizm faaliyetlerinin gelişmesine neden olmuştur. Hem kültür turizmi hem de inanç turizmi, son dönemlerde oldukça rağbet gören turizm türleri olarak dikkati çekmektedir.

Araştırma sahamız olan Piraziz ilçesinin de bulunduğu Doğu Karadeniz Bölümü, son yıllarda hem başta yaylalar olmak üzere nispeten bozulmamış doğal ortamları hem de kendine özgü Karadeniz kültürünün en nadide örnekleriyle ilgi odağı olmaya başlamıştır. Nitekim ülkemizde deniz turizminden sıkılıp, yeni yerler görmek, alternatif turizm türlerine katılmak, sessiz ve sakin ortamlarda doğayla iç içe tatil yapmak isteyenler için bu bölge oldukça çekici olanaklar sunmaktadır. Giresun ili de yukarıda ifade edilen özellikleriyle doğaya, Karadeniz kültürüne meraklı ziyaretçileri kendine çekmektedir. Giresun ilinin batı kesiminde yer alan Piraziz ilçesi de barındığı tarihi cami ve türbeleri, geleneksel mimariye sahip konakları, yöresel yemekleri, kırsal kesimdeki Karadeniz köy kültürünün görülebileceği ekoturizm köyleriyle ve Ordu-Giresun Hava Limanı'na çok yakın olmasının da etkisiyle kültür ve inanç turizmi açısından değerlendirilebilecek potansiyel taşımaktadır. Eldeki çalışmanın Piraziz'in kültür ve inanç turizmi turizm potansiyelinin tespit edilmesi ve geleceğe dönük olarak değerlendirilmesine bilimsel anlamda katkı yapmasını temenni ediyoruz.

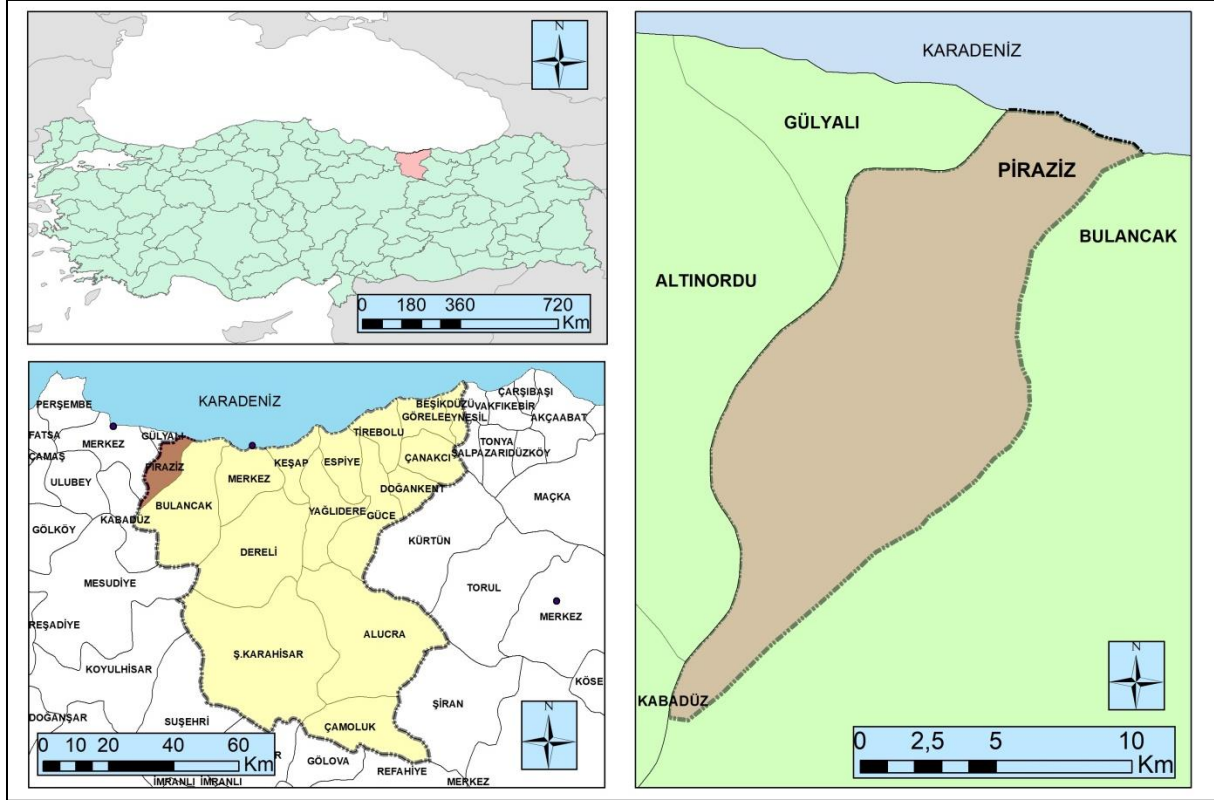
2. AMAÇ VE METOD

Bu çalışmada, Piraziz ilçesindeki kültür ve inanç varlıklarının turizm amacıyla değerlendirilmesi ve ilçenin kültür ve inanç turizmi potansiyelinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda ilçenin doğal, tarihi ve kültürel özellikleri incelenmiş, kültür ve inanç varlıklarının ilçedeki dağılımları araştırılmış, turizme uygunlukları değerlendirilmiş, ilçenin kültür ve inanç turizmi açısından SWOT analizi yapılmış, tespit edilen sorunlar ve çözüm önerileri ortaya konulmuştur. Çalışma ortaya konulurken, kültür ve inanç varlıkları ve turizm açısından taşıdıkları özellikleri, saha etütleriyle ve yerinde gözlemlerle araştırılmıştır.

3. ARAŞTIRMA SAHASININ KONUMU VE COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ

Piraziz ilçesi, Giresun ilinin denize kıyısı olan ilçelerinden biri olup, ilin batı kesiminde yer almaktadır. İlçenin doğusunda ve güneyinde Giresun ilinin Bulancak ilçesi, batısında Ordu ilinin Gülyalı ilçesi, kuzeyinde ise Karadeniz yer almaktadır. İlçe, 127 km²'lik bir alanıyla Giresun ili alanının (7025 km²) % 1,8'ni kaplamaktadır (HGK, 2017). İlçe alan bakımından Giresun ilindeki ilçeler içerisinde 14. sırada yer almaktadır. Piraziz, Giresun Merkez'e 26 km, Alucra ilçe merkezine 165 km, Bulancak ilçe merkezine 10 km, Çamoluk ilçe merkezine 205 km, Çanakçı ilçe merkezine 98 km, Dereli ilçe merkezine 56 km, Doğankent ilçe merkezine 102 km, Espiye ilçe merkezine 57 km, Eynesil ilçe merkezine 98, Görele ilçe merkezine 86 km, Güce ilçe merkezine 75 km, Keşap ilçe merkezine 37 km, Şebinkarahisar ilçe merkezine 133 km, Tirebolu ilçe merkezine 68 km, Yağlıdere

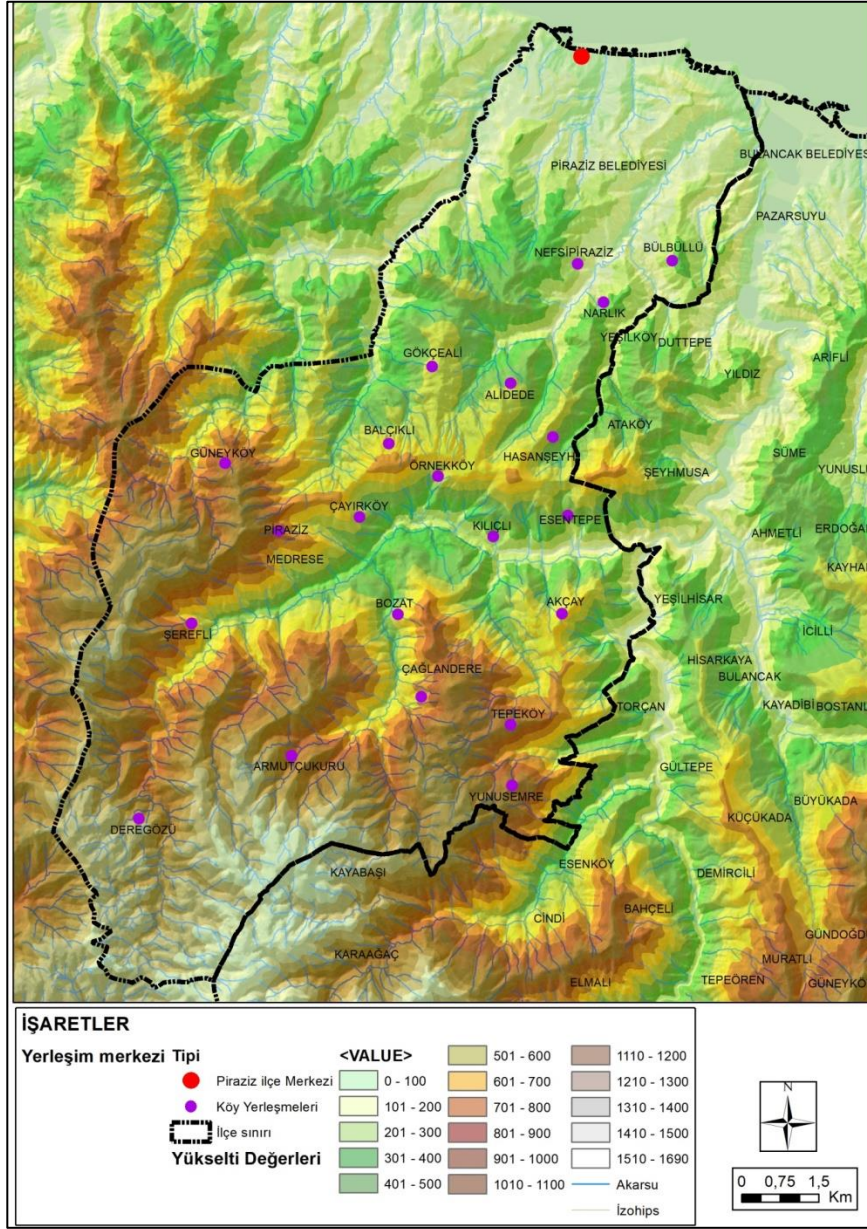
ilçe merkezine 68 km uzaklıktadır. Bunlara ek olarak Piraziz, Ordu ilinin Gülyalı ilçe merkezine 6 km, Ordu-Giresun Hava Limanı'na 4 km uzaklıkta yer almaktadır (Şekil 1). Piraziz ilçesinin ülkemizdeki en işlek transit karayollarından biri olan Karadeniz sahil karayolunun uğradığı noktalardan biri olması ve Ordu-Giresun Havalimanı'na çok yakın olması ve deniz kıyısında olması, erişim bakımından oldukça önemlidir. Bu durum ilçeye çeşitli ulaşım türlerince (karayolu, havayolu ve denizyolu) ulaşılabilmesine olanak sağladığı gibi erişim bakımından kolaylık oluşmasına, alternatif erişim türlerinin meydana gelmesine ve nihayetinde kültür ve inanç turizminin gelişmesine katkı sağlayabilir.



Şekil 1. Piraziz İlçesinin Lokasyonu

Piraziz ilçesi'nin Karadeniz'e yakın kuzey kesimlerinde genellikle Üst Kretase'nin Kampaniyen ve Maastrichtiyen dönemine ait andezit, bazalt, tuf, aglomera, kumtaşı, marn, mikritik kireçtaşlarından oluşan Fatsa formasyonu ile Alt Kretase'nin Apsiyen ve Üst Kretase'nin Kampaniyen dönemine ait Dasitik lav piroklastiklerden oluşan Batlamadere üyesine ait formasyonlar yer almaktadır. Ayrıca Alt Kretase'nin Apsiyen ve Üst Kretase'nin Kampaniyen dönemine ait andezit, bazalt, tuf, aglomera, kumtaşı, siltaşı, kiltası ve mikritik kireçtaşlarından oluşan Mesudiye formasyonu, Üst Kretase'nin Kampaniyen ve Maastrichtiyen dönemine ait kestane kireçtaşı üyesi (pelajik kireçtaşı) bulunmaktadır. İlçenin kuzeyinde ise bu formasyonlara ek olarak Üst Kretase'nin Kampaniyen ve Maastrichtiyen dönemine ait dasitler, Üst Kretase'nin Maastrichtiyen ve Alt Paleosen dönemine ait granit, siyenogranit, monzonittten oluşan İkisü granitoyidi ile Üst Eosen'e ait olan diyorit-gabro formasyonları mevcuttur (MTA, 2013). Piraziz ilçesindeki bu formasyonlara ait kayaç türlerinin varlığı kültür ve inanç yapıtlarının inşasında kullanılan malzemelere de etki etmiştir. Nitekim bu tür yapıtların inşasında andezit ve bazalt oldukça yaygın olarak kullanıldığı gözlenmektedir.

Piraziz ilçesi yerşekilleri bakımından bu çevredeki sahil ilçeleriyle benzerlik göstermekte ve kıyından iç kısımlara doğru yükselti artmaktadır. İlçenin özellikle güney kesimine doğru gidildikçe yükseltisi 1000 m'yi geçen dağlık ve engebeli arazilerin varlığı dikkat çekmektedir. İlçede yükseltisi 1000 m'yi geçen önemli yükseltilerden bazıları; Kendirlik tepesi (1 273 m), Köserelik tepe (1 351 m), Orta tepe (1 341 m), Koyakyatak tepesi (1 270 m), Delen tepesi (1 250 m), Kibleyatak tepesi (1 240 m), Çakıryatak tepesi (1 150 m), Büyükdüz tepesi (1 124 m), Büyükdarlık tepesi (1 070 m), Avuç tepe (1 024 m) olarak sıralanabilir (Şekil 2).



Şekil 2. Piraziz İlçesinin Topoğrafyası

Piraziz ilçesinin içerisinde yer aldığı bu bölge, pasifik kıyı tipi olarak adlandırılan dağların kıyıya paralel olarak uzandığı, yüksek kıyıların olduğu, kıyı şeridinin dar, falezlerin yaygın olduğu bir durum arz etmektedir (Atalay, 1997: 102). Bununla birlikte sık drenaj ağı nedeniyle akarsular, bu çevredeki arazileri oldukça parçalamış, derin vadiler, sarp yamaçlı sırtlar meydana getirmişlerdir. Bunlara ek olarak yer yer deltalara ve küçük koylara da rastlanmaktadır (Sever, 2015:104). Piraziz ilçesinde plajlar da bulunmaktadır. Bunlardan en dikkat çekenleri, Piraziz Merkez’de yer alan Eğrice Halk Plajı ve Villalar Önü Plajıdır. Piraziz ilçesinin iç kesimlere doğru gidildikçe artan bir şekilde kendini gösteren dağlık ve engebeli topoğrafyası, kültür varlıklarının dağınık bir şekilde birbirlerinden uzakta yer almalarına zemin hazırlamıştır. Bu durum ilçede gerçekleştirilecek kültür turları açısından dezavantaj oluşturabilir. Piraziz ilçesinde Giresun genellikle kuzey-güney doğrultuda, yatak eğimlerinin fazla olması nedeniyle hızlı akışa sahip kısa boylu devamlı ve geçici özellikle akarsular mevcuttur. Bunlardan en önemlileri Pazarsuyu çayı, Domuz deresi, Karanlık deresi, Çayırağzı deresi, Aptal deresi gibi akarsulardır. İlçenin doğusunda bulunan Pazarsuyu deresi, ilçedeki en önemli akarsudur. Toplam uzunluğu 80 km olan Pazarsuyu deresi, Karagöl ve Yürücek bölgelerinin sularının birleşmesiyle meydana gelir ve Piraziz ilçesinin doğu kesiminde, Piraziz ile Bulancak ilçelerinin

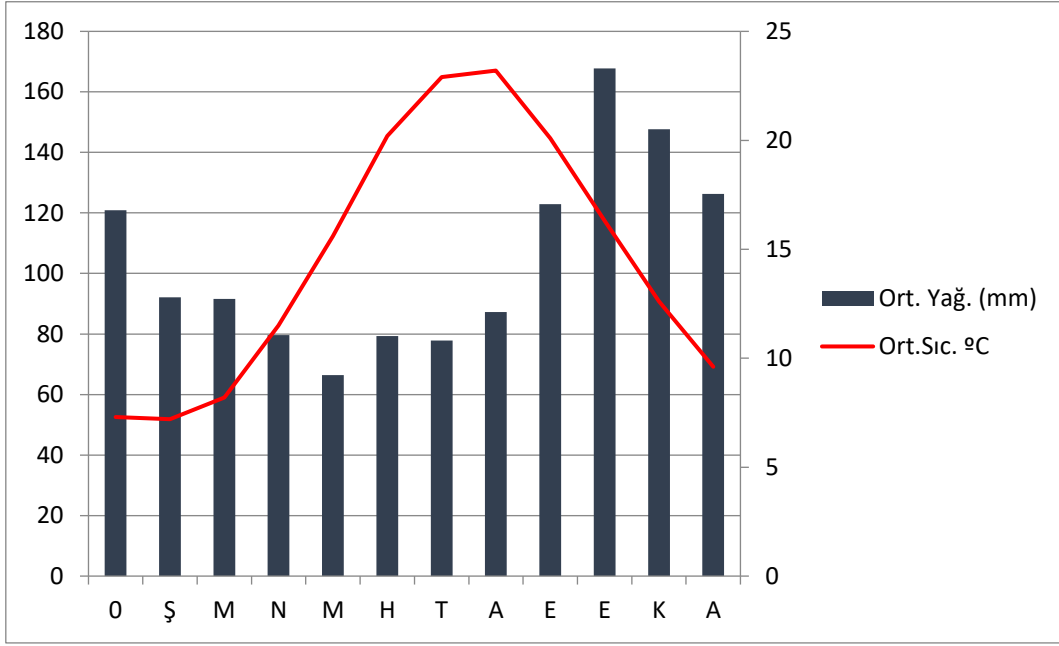
sınırında Karadeniz'e ulaşır (Anonim, 2014:13). İlçedeki akarsuların oluşmasına katkı yaptıkları engebeli topoğrafya, tarihsel süreçte insanların bu bölgeye ulaşmak için kullandıkları güzergahları belirlemede, yerleşmelerinin yer seçimlerinde ve kültürlerini oluşturmada önemli etkiye sahip olduğu görülmektedir. Böylelikle akarsuların sadece doğal peyzajın değil aynı zamanda kültürel peyzajın şekillenmesinde de etkili olan doğal çevre faktörleri olarak dikkat çekici işleve sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Piraziz ilçesinin de bulunduğu bu çevrede Karadeniz iklimi görülmektedir. Bilindiği gibi bu iklimde her mevsim hatta her ay yağışlı olmakta, yaz ile kış mevsimi arasında fazla bir sıcaklık farkı bulunmamakta, yaz mevsimi serin, kış mevsimi ise ılık geçmektedir (Atalay, 1997:145). Genel olarak böyle olsa da bölgede görülen iklim özellikleri iç kesimlerdeki yaylalara doğru gidildikçe yükseltinin artmasına, dağlık ve engebeli arazilerin etkisine bağlı olarak lokal değişimler göstermekte, sıcaklık düşmekte, yağış ve nem koşullarında farklılıklar görülmektedir.

Tablo 1. Giresun'da bazı iklim elemanlarına ait değerler(1960-2015).

İklim Elemanı	O	Ş	M	N	M	H	T	A	E	E	K	A	Yıllık
Ort.Sic. °C	7,3	7,2	8,2	11, 5	15, 6	20, 2	22, 9	23, 2	20,1	16,3	12,6	9,6	14,6
Ort.Bağ.Nem(%)	67,4	68, 7	72, 5	75, 8	78, 2	75, 4	75, 3	75, 1	75,5	74,9	69,0	66,6	72,9
Ort. Yağ. (mm)	120, 9	92, 1	91, 6	79, 6	66, 4	79, 3	77, 8	87, 2	122, 9	167, 8	147, 7	126, 3	1259, 6
Ort. Bulutluluk	6,6	6,7	6,8	6,6	5,9	4,9	5,3	5,3	5,4	5,7	5,7	6,3	5,9
Ort. açık gün.sayısı	3,7	3,0	3,4	3,2	4,2	6,2	5,4	5,5	5,5	5,6	5,5	4,1	55,3
Ort. bulutlu gün.sayısı	14,6	13, 8	13, 7	14, 8	17, 9	18, 4	18, 4	19, 3	17,3	16,2	15,7	15,4	195,5
Ort. kapalı gün. Sayısı	12,7	11, 4	13, 9	12, 0	8,9	5,4	7,3	6,3	7,2	9,2	8,8	11,5	114,6
Ort.Sisli gün Sayısı	0,2	0,6	2,1	3,6	2,1	0,2		0		0,1	0,1	0,2	9,2
Rüzgar(m/sn)	1,3	1,4	1,3	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2	1,3	1,2

Kaynak: Giresun Meteoroloji İstasyon Müdürlüğü verilerinden derlenmiştir.



Şekil 3. Giresun'da bazı iklim elemanlarına ait değerler(1960-2015).

İnceleme alanının iklim özelliklerinin detaylı bir şekilde incelenmesi amacıyla, ilgili iklim verileri, buraya en yakın meteoroloji istasyonu olan Giresun Merkez'deki Giresun Meteoroloji Müdürlüğü İstasyonu'ndan alınmıştır. 1960-2015 yıllarını kapsayan verilere göre bu çevrede yıllık ortalama hava sıcaklığı 14,6 °C'dir. En yüksek aylık ortalama sıcaklık ağustos ayında (23,2 °C, en düşük aylık ortalama sıcaklık ise şubat ayında (7,2 °C) görülmektedir. Yıllık toplam yağış miktarı 1259 mm'dir. Yağışın mevsimlere göre dağılışı incelendiğinde ilk sırada sonbahar (% 34,8) gelmekte, bunu sırasıyla kış (% 26,9) ilkbahar (% 19,4) ve yaz mevsimi (% 18,9) izlemektedir. En yüksek aylık yağış ortalaması 167,8 mm ile ekim ayında, en düşük yağış ortalaması 66,4 mm ile mayıs ayında görülmektedir. Bağıl nem oranının yıllık ortalaması % 72,9'dur. Bağıl nem oranı yıl boyunca yüksek değerler göstermekte, mart-ekim aylarını kapsayan dönemde % 70'lerin üzerinde iken, diğer aylarda % 65-70 aralığında seyretmektedir. Yıllık ortalama rüzgar hızı 1,2 m/sn'dir. Yıllık ortalama bulutluluk oranı 5,9 düzeyindedir. Ortalama bulutluluk oranı en düşük haziran ayında (4,9), en yüksek ise mart ayında (6,8) görülmekte, haziran-eylül aylarını kapsayan dönemde az da olsa düşmektedir. Ortalama açık günler sayısının yıllık toplamda 55,3 güne ulaştığı görülmektedir. Ortalama açık günler sayısının en fazla olduğu ay 6,2 gün ile haziran iken, en düşük olduğu ay 3 gün ile şubat ayıdır. Haziran-eylül aylarını kapsayan dönemde ortalama açık günler sayısı, diğer aylara göre az da olsa artış göstermektedir (Tablo 1 ve Şekil 3).

Ortalama bulutlu günler sayısının yıllık toplamda 195,5 güne ulaştığı ve yılın yarısından fazlasında bu durumun meydana geldiği görülmektedir. Ortalama bulutlu günler sayısının en fazla olduğu ay 19,3 gün ile ağustos iken, en düşük olduğu ay 13,7 gün ile mart aylarıdır. Haziran-eylül aylarını kapsayan dönemde ortalama bulutlu günler sayısı, diğer aylara göre az da olsa artış göstermektedir. Ortalama kapalı günler sayısının yıllık toplamda 114,6 güne ulaştığı görülmektedir. Ortalama kapalı günler sayısının en fazla olduğu ay 13,9 gün ile mart iken, en düşük olduğu ay 5,4 gün ile haziran ayıdır. Haziran-eylül aylarını kapsayan dönemde ortalama kapalı günler sayısı, diğer aylara göre az da olsa düşüş göstermektedir. Yağışın 0,1 mm ve daha büyük olduğu günler sayısı yıllık toplamda 163,4 güne ulaşmaktadır. Bu da 365 günün yarıya yakınında (% 44,8) yağışın düştüğünü ve yağış olasılığının oldukça yüksek olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte haziran-eylül aylarını kapsayan dönemde yağışın 0,1 mm ve daha büyük olduğu günler sayısı diğer aylara göre az da olsa düşüş göstermektedir. Ortalama sisli günler sayısının yıllık toplamda 9,2 gün olduğu görülmektedir. Ortalama sisli günler sayısı, haziran-eylül aylarını kapsayan dönemde, diğer aylara göre daha düşük değerler göstermektedir (Tablo 1 ve Şekil 3).

Bütün bu verilerden yola çıkarak şunu diyebiliriz ki birçok turizm aktivitesinde olduğu gibi kültür ve inanç turizmi açısından da yılın en yoğun dönemi olan haziran-eylül aylarını kapsayan dönemde sıcaklığın yazın çok yükselmemesi, kışın çok düşmemesi şeklinde ortaya çıkan ılıman hava koşullarının varlığı, yağış miktarının ve yağış düşme olasılığının azalması, açık günler sayısının artması, sisli ve bulutlu günler sayısının azalması, Piraziz ilçesinde gerçekleştirilen kültür ve inanç turizmi aktivitelerini olumlu yönde etkileme potansiyeline sahiptir. Bunların aksine yağış miktarının ve yağış düşme olasılığının fazla olması, bulutlu gün sayısının ve bağıl nem oranının yüksek olması, özellikle iç kesimlerdeki yaylalara doğru gidildikçe yükseltinin artmasına bağlı olarak sıcaklığın düşmesi, kar yağışlarının artması, yörede duman olarak adlandırılan sis olayının artması gibi dezavantajlar da bu çevrede yapılabilen kültür ve inanç turizmi aktivitelerini olumsuz etkileyebilir. Bununla birlikte yaylalar kesiminde özellikle yaz mevsiminde kıyı kesimlerinin zaman zaman etkili olan bunaltıcı hava koşullarının aksine daha ferah ve rahatlatıcı hava koşullarının görülmesi bu dönemde bu kesimlerde yapılabilen kültür turizmi aktivitelerini destekleyici etki yapabilir.

Piraziz ilçesinin de bulunduğu bu bölge, Avrupa-Sibirya Flora aleminin kolşik flora olarak adlandırılan bölümüne dahildir. Karadeniz dağlarının denize dönük kesiminde yer alması nedeniyle bu çevrede daha çok nemcil türler egemendir (Yaltırık ve Efe, 1989:47). Bu çevrede orman ağaçları 2100–2300 m rakıma kadar yetişmektedir. Bunlardan 1200 m'ye kadar olan kesimde daha çok kışın yaprağını döken geniş yapraklı ağaçlara, 1200–2300 m rakım arasında ise iğne yapraklı ağaçlara rastlanmaktadır (Anonim, 2012a:30). 2000'lerden itibaren ise yüksek dağ çayırları görülmektedir. Ayrıca sarı ve mor renkli orman gülleri başta olmak üzere birçok türün barındığı zengin bir ormanaltı florası söz konusudur. Kıyı kuşağında özellikle yerleşmelerin bulunduğu alçak kesimlerde fındık bahçeleri başta olmak üzere meyve ve sebze bahçelerinden oluşan antropojen kökenli sekonder bir formasyon oldukça yaygınlaşmış durumdadır. Bütün bu zengin bitki örtüsünün varlığı, tarihi ve kültürel mekanların ziyaret edilmesi sırasında hem yolculuğun zevkli geçmesine hem de harika manzaraların görülebilmesine katkı sağlamaktadır. Böylelikle bu çevredeki kültür turlarının daha tatmin edici bir şekilde sürdürülmesi mümkün olabilecektir.

Piraziz ilçesinin kültür ve inanç turizmi açısından değerli olan kültür varlıklarının oluşmasında beşeri çevre özellikleri olarak bilinen başta tarihsel durum olmak üzere, nüfus, yerleşme ve sosyo-kültürel özellikler de oldukça önemlidir. İlk olarak ilçenin tarihsel durumunu incelediğimizde Piraziz ilçesinin de yer aldığı bu bölgenin tarihinin oldukça eski dönemlere uzandığı bilinmekle birlikte Piraziz ilçesinin tarihi geçmişi, buraya Türklerin gelişi ve yerleşmeleri ile başlamaktadır. İlk bilgiler XV. yüzyıla kadar inen Osmanlı tahrir kayıtlarından elde edilmiştir (Emecen, 2005:93). “Piraziz” kelimesinin tarihsel kökeni hakkında ise bu bölgede yaşayan şeyh ve dervişlerle bağlantılı olabileceği iddia edilmektedir. Fatsa (2012), Piraziz isminin Şeyh İdris Vakfı'na bağlı olarak görevlendirilen Pir Aziz'den aldığını belirtmektedir (Fatsa, 2012:12).

Nitekim Emecen (2005), Piraziz kelimesinin kökeni ve Piraziz'in kuruluşuyla ilgili olarak; bu kesimde 1455'te Çepni beylerinden olduğu tahmin edilen Davut Kethuda bölüğü altında idari bir birimin bulunmakta olduğunu, daha sonra bu bölge Osmanlı sistemine dahil olduğunda bu kişinin adıyla anılan bir birim halini aldığını belirtmiştir. Yine bu küçük idari birim içerisinde Gökçeali, Kayabaşı, Bilmişli, Küçük Musa, Bayramşah, Bayramaşah-ı Küçük, Şeyh İdrisli (Şihli), Bozcadepe adlı köyler mevcut olduğunu ifade etmiştir. Buna ek olarak gerek 1455'te Küçük Musa Köyü'nün tımar hissesinde pay sahibi olan İbrahim oğlu Pir Aziz adlı şahsın varlığının gerek Pir Aziz adını taşıyan ve Şeyh Cemal adlı dervişin kardeşi olduğu belirtilen bir başkasının tımar sahibi olarak kayıtlarda bulunmasının gerekse bugün yörede Pir Aziz ve Şeyh İdris türbelerinin varlığının, sahilde yer alan ve Piraziz kasabasının ilk nüvesi olarak kabul edilen Abdal İskelesi'ndeki “Abdal” teriminin kökeni hakkında fikir vermekte olduğunu ve bu yer adının bahsi geçen şeyh ve dervişlerle alakası olduğunun göstergesi olarak kabul edilebileceğini belirtmektedir. Bu bağlamda Şihli ve Gökçeali gibi köylerin zamanla sahilde Abdal İskelesi olarak bilinen yerde Piraziz kasabasının ortaya çıkmasını nüfus potansiyelleriyle desteklerini ifade etmiştir (Emecen, 2005:93).

Sahildeki Abdal İskelesinin gelişimine bakıldığında Emecen (2005); XV. ve XVI. asırlardaki tahrir defterlerinde bilginin bulunmadığını, XIX. yüzyılda artan ticaretle birlikte Abdal İskelesi'nin zamanla

gelişmiş oluğunu, 1860'ta Abdal İskelesi'ndeki ticaretin gelişmesinin bir sonucu olarak gümrük meydana getirildiğini, 1870 yılında burada bir pazar kurulması kararı alındığında burada yeni inşa edilmiş, Cuma kılınabilen bir Cami (Eren Cami veya Abdal İskelesi Cami) olduğunu ifade etmiştir. Bu ekonomik gelişmeler idari duruma da yansımış, 1830'da Pazarsuyu'na bağlı bir nahiye olan Piraziz, 1852'de Ordu'ya bağlı bir kaza olarak anılmış, 1856'da tekrar nahiye halini almış, 1866'da Giresun'a bağlı bir nahiye olmuş, 1868'de Akköy'e bağlı bir nahiye olmuş, 1879'da Giresun Kazası'na bağlı bir nahiye olmuştur (Emecen, 2005:93-106). Piraziz ilçesinin Cumhuriyet dönemindeki gelişimine baktığımızda, 1934 yılında Bulancak'a bağlanmış, 1988 yılından itibaren de ilçe statüsüne kavuşmuştur.

Piraziz ilçesinin Cumhuriyet dönemindeki nüfus gelişimini incelediğimizde, 1934 yılında Bulancak ilçesine bağlanan Piraziz'in ilk nüfus sayımı verisi 1935 yılında tespit edilmiştir. TÜİK verilerine göre Piraziz Nahiyesi'nin toplam nüfusu 17 212'dir. 1940 yılında 19 464'e ulaşan Piraziz Nahiyesi'nin nüfusu 1950 yılında 22 676'ya, 1960 yılında 17 917'ye düşmüştür. 1970'te 18 311'e yükselen Piraziz Bucağı'nın nüfusu, 1980 yılında 19 408'e yükselmiştir. 1988 yılından itibaren ilçe statüsüne yükselen Piraziz'in nüfusu 1990 yılında 17 643, 2000 yılında ise 17 901 olarak tespit edilmiştir. Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi (ADNKS)'nin devreye girdiği 2007 yılında ilçenin nüfusu 14 832 iken, 2016 yılında 13 011'e düşmüştür. 2016 yılı nüfus verisine göre Piraziz ilçesi nüfus büyüklüğü bakımından Giresun ilindeki ilçeler içerisinde 10. sırada yer almaktadır. 2016 yılı itibarıyla ilçe nüfusunun % 49,7'si erkek, % 50,3'ü kadın nüfustan oluşmaktadır. İlçede kadın nüfusun erkek nüfusa göre az da olsa daha fazla olduğu anlaşılmaktadır. 2016 yılı itibarıyla ilçe nüfusunun % 59,8'i ilçe merkezinde yaşarken, % 40,2'si kırsal kesimlerde yaşamaktadır (TÜİK, 2017).

Piraziz ilçesinde temel geçim kaynağı tarım (fındık tarımı), hayvancılık, ormancılık, balıkçılık faaliyetleridir. Sanayi faaliyetleri yeterli ölçüde gelişme gösterememiştir. Arazinin genellikle engebeli olması nedeniyle tarım uygun arazilerinin kısıtlı olması, ilçedeki ekonomik faaliyetleri de etkilemiştir. İlçe arazilerinin oldukça az bir bölümü tarıma uygun alanlardan oluşmaktadır. 2015 yılı TÜİK verilerine göre 127 km² alan sahip Piraziz ilçesindeki toplam tarım alanı 89 990 da'dır. İlçe tarım alanlarının % 96,5'i (86 846 da) meyve, içecek ve baharat bitki alanlarından oluşmakta iken, % 1,9'u sebze bahçelerinden, % 1,5'i (1 378 da) ise tahıl arazilerinden oluşmaktadır. İlçede 8 da örtüaltı sebze yetiştiriciliği yapılan sera alanı bulunmaktadır (TÜİK, 2017).

İlçede fındık tarımı yaygındır. İlçede yetiştirilen diğer meyvelerden başta Piraziz elması olmak üzere ceviz, kivi, kiraz, erik, dut, çilek, incir ve turunçgillerden portakal, mandalina ve limon yetiştirilmektedir. Giresun ilinin sahil ilçelerinde olduğu gibi fındık tarımı, ilçe ekonomisinde önemli bir yer teşkil etmektedir. 2015 yılı TÜİK verilerine göre ilçede 86 710 da fındık ağacı dikili alan ve 4,3 milyon fındık ağacı ile 48 da ceviz ağacı dikili alan ve 3 090 adet ceviz ağacı mevcuttur. Bu arazilerden 7 284 ton fındık, 5 ton ceviz elde edilmiştir. Yine 1 da üzüm dikili alandan 1 ton üzüm elde edilmiştir. 814 adet turunçgil ağacından 10 ton turunçgil (portakal, mandalina, limon) elde edilmiştir. 54 da kivi ağacı dikili alandan 30 ton kivi, 1490 adet incir ağacından 19 ton incir elde edilmiştir. 26 da elma (Piraziz elması) ağacı dikili alandan 142 ton elma, 5 da kiraz ağacı dikili alandan 15 ton kiraz, 2 da çilek ekili alandan 6 ton çilek elde edilmiştir. Yine 5 ton elma (golden), 5 ton elma (starking), 85 ton armut, 1 ton ayva, 1 ton muşmula, 25 ton erik, 4 ton dut ve 1 ton Trabzon hurması elde edilmiştir (TÜİK, 2017).

İlçede çeşitli sebzeler de yetiştirilmektedir. 2015 yılı TÜİK verilerine göre ilçede 420 da lahana ekili alandan 176 ton lahana, 22 da marul (kivırcık) ekili alandan 16 ton marul, 19 da marul (göbekli) 11 ton marul, 12 da ıspanak ekili alandan 6 ton ıspanak, 15 da maydonoz ekili alandan 3 ton maydonoz ve 9 da nane ekili alandan 1 ton nane, 8 da soğan ekili alandan 5 ton soğan, 1 da sarımsak (taze) ekili alandan 1 ton sarımsak (taze), 7 da sarımsak (kuru) ekili alandan 1 ton sarımsak (kuru), 247 da pırasa ekili alandan 173 ton pırasa, 86 da domates ekili alandan 73 ton domates, 126 da hıyar ekili alandan 136 ton hıyar, 10 da biber (dolmalık) ekili alandan 5 ton biber (dolmalık), 32 da biber (sivri) ekili alandan 16 ton biber (sivri), 35 da patlıcan ekili alandan 70 ton patlıcan, 56 da kabak (sakız) ekili alandan 34 ton kabak (sakız), 40 da balkabağı ekili alandan 140 ton balkabağı, 38 da bezelye (taze)

ekili alandan 17 ton bezelye (taze) ve 583 da fasulye (taze) ekili alandan 234 ton fasulye (taze) elde edilmiştir (TÜİK, 2017).

İlçede çeşitli tahıl türlerinden özellikle mısır yetiştiriciliği yaygındır. Geleneksel olarak eskiden beri yöresel ürünler içerisinde önemli bir yer tutan mısır, ilçedeki çiftçilerin genellikle ailenin ihtiyacı kadar üretilmektedir. İlçede 1 037 da mısır ekili alandan 166 ton mısır elde edilmiştir. İlçede 20 da slajlık mısır ekili alandan 64 ton mısır, 11 da hayvan pancarı ekili alandan 44 ton hayvan pancarı elde edilmiştir. İlçede yumrulu bitkilerden patates yetiştiriciliği de yapılmaktadır. İlçede 310 da patates ekili alandan 92 ton patates elde edilmiştir (TÜİK, 2017).

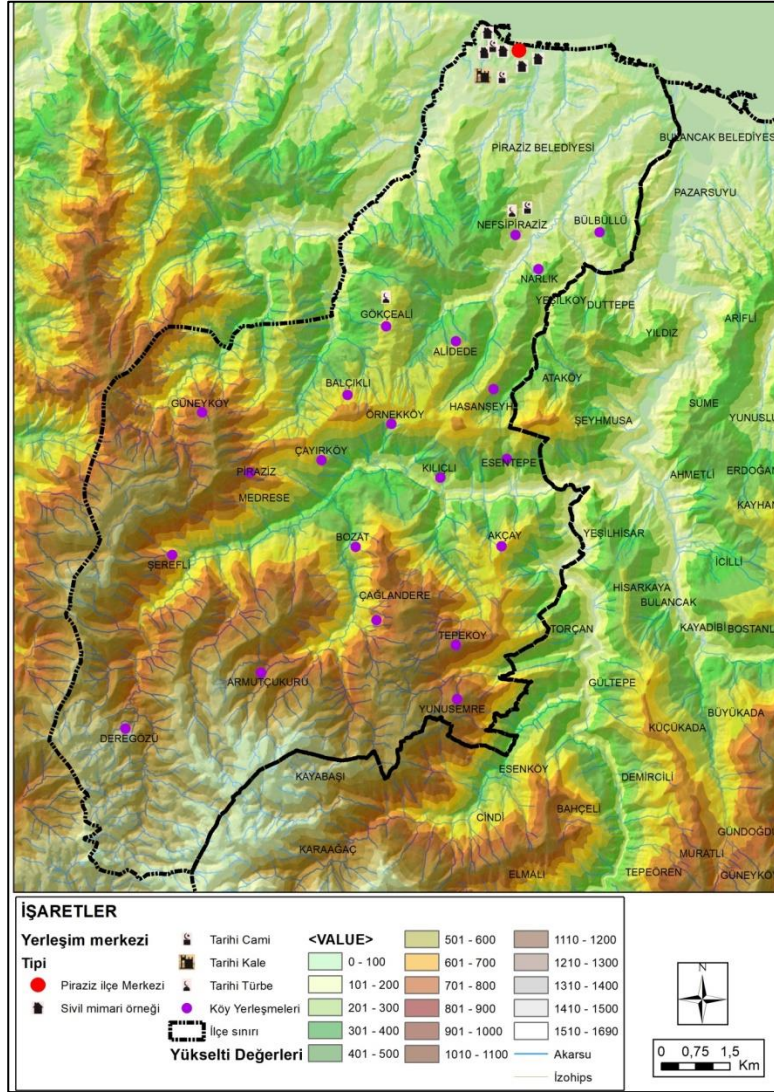
İlçede hayvancılık faaliyetleri sürdürülmektedir. Bu bağlamda ilçede büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık, kümes hayvancılığı, arıcılık faaliyetleri de yapılmaktadır. 2015 yılı TÜİK verilerine göre ilçede büyükbaş hayvan varlığı olarak 313 adet yerli sığır, 20 adet manda, 241 adet sığır (kültür), 1 844 adet sığır (melez) mevcuttur. İlçede küçükbaş hayvan varlığı olarak 7 360 adet koyun (yerli) vardır. İlçede kümes hayvancılığı yapılmakta olup, 400 yumurta tavuğu mevcuttur. İlçede arıcılık faaliyeti yapılmakta olup, 63 adet arıcılık işletmesi, 2 520 kovan bulunmakta ve 22 680 ton bal üretimi yapılmıştır (TÜİK, 2017).

İlçede balıkçılık faaliyetleri de yapılmaktadır. 1 adet balıkçı barınağı olup, başta hamsi olmak üzere çeşitli balık türleri avlanmaktadır. Ayrıca tatlısu balıkçılığı olarak özellikle akarsu kenarlarında alabalık tesislerinde alabalık yetiştiriciliği yapılmaktadır. İlçede ormancılık faaliyetleri de yapılmaktadır. İlçedeki orman arazileri Bulancak ve Pazarsuyu Orman İşletme Şeflikleri alanında yer almaktadır. İlçede sanayi faaliyetleri az gelişme göstermiştir. İlçede bir adet fındık mamulleri üreten fabrika ve bir adet de tekstil fabrikası dışında önemli bir sanayi tesisi bulunmamakta olup, sanayi sitesi de mevcut değildir.

Piraziz ilçesi, gerek tarıma uygun arazi darlığından dolayı tarımın yeterli ölçüde gelişmemesi, hayvancılık faaliyetlerinin de iyice azalmış olması, sanayi faaliyetlerinin gelişmemiş olması gibi istihdamı olumsuz etkileyen durumlar nedeniyle dışarıya göç veren ilçedir. Bununla birlikte ilçenin ulaşım açısından avantajlı konumda yer alması (Karadeniz sahil yolu güzergahında yer alması, Giresun Merkez'e, Ordu Merkez'e ve Ordu-Giresun Havalimanı'na oldukça yakın olması, deniz kenarında yer alması vb) nedeniyle son zamanlarda değerlendirilebilecek ve yatırım yapılabilecek sektörlerin varlığı dikkat çekmeye başlamıştır. Bu bağlamda değerlendirilebilecek faaliyetlerinden birisi de turizmdir. İlçe sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel turistik çekicilikleri ve Ordu-Giresun Havalimanı'na yakınlığıyla turizm açısından dikkate değer bir ilgi sahası olma potansiyeline sahiptir.

4. PİRAZİZ İLÇESİNİN KÜLTÜREL TURİZM POTANSİYELİ

Piraziz ilçesi, özellikle Türk-İslam kültürüne ait pek çok kültürel mirası barındırmaktadır. Giresun Müze Müdürlüğü verilerine göre; 2017 yılı itibariyle ilçede 12 adet tescillenmiş kültür varlığı bulunmaktadır (Şekil 4). Bunlar içerisinde özellikle dini mimariye sahip inanç yapıtları önem taşımaktadır. Tarihi camiler ve türbeler bulunmaktadır. Ayrıca ilçede sivil mimari örnekleri olarak ifade edilebilecek tarihi konaklar ve tarihi köprüler ve kaleler de mevcuttur. Bunlara ek olarak yöresel oyunlar ve folklorik etkinlikler, festivaller, düğünler ve eğlenceler, giysiler, el sanatları ve yemekler gibi bu yöreye özgü kültürel çekicilikler de mevcuttur.



Şekil 4. Piraziz İlçesinde Tarihi Öneme Sahip Kültür Varlıkları

İlçede tarihi açıdan değer taşıyan ve kültür varlığı olarak tescillenmiş dört Cami bulunmaktadır. Bunlardan ilki Piraziz Merkez'de Eren Mahallesi'nde yer alan *Eren (Abdal İskelesi) Camidir* (Şekil 5). Kagir sistemde meydana getirilen yapı, kuzey-güney doğrultusunda dikdörtgen planlı olarak inşa edilmiş, beden duvarlarında malzeme bakımından taş kullanılmış, duvar yüzeyi sıvanıp boyanmıştır. İçten ahşap tavanlı olan Cami, dıştan saçla kaplı ve dört omuzlu kırma çatı ile kaplanmıştır (İltar, 2014:237).Tiralizade Ali Efendi tarafından yaptırıldığı ifade edilen Caminin, Piraziz Kasabası'nın oluşmasına da katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Nitekim 1800'lü yılların ikinci yarısında Abdal İskelesi'nde her Cuma alışveriş pazarı kurulurdu. Pazarın burada kurulmasında ticaret malı taşıyan kayıkların yüklerini indirilebilecekleri iskelenin varlığına ek olarak Cuma Namazlarının kılınabileceği Abdal İskelesi Caminin varlığı da önemli rol oynamıştır (Fatsa, 2008:48). Piraziz Kasabası'nın ilk nüvelerinin çevresinde meydana geldiği Abdal İskelesi Cami, Trabzon Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu tarafından 2013 yılında tescillenerek koruma altına alınmıştır.



Şekil 5. Piraziz ilçesinde en değerli kültürel miraslardan birisi olan Eren (Abdal İskelesi) Camiinden görünümler.

İlçede kültür varlığı olarak tescil edilen ikinci Cami, Nefsi Piraziz Köyü Papar Mevkinde yer alan *Şihkiran Cami*dir (Şekil 6). Şihkiran Cami'nin 1830 yılında yaptırıldığı bilinmektedir (Fatsa, 2015:633). Kagir sistemde yapılan Cami, kuzey-güney yönünde dikdörtgen planlıdır. Dış duvarlarında malzeme olarak kireçtaşı kullanılmış, üzeri ise sıvayla kaplanmıştır. Cami, saç kaplı dört omuzlu kırma çatıyla örtülü durumdadır. Son cemaat yeri ve minaresi bulunmamaktadır (İltar, 2014:242). Trabzon Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu tarafından 2011 yılında tescillenerek koruma altına alınan Şihkiran Cami, ilçede önemli tarihi Camilerden birisidir. Kültür varlığı olarak tescil edilen üçüncü Cami, Nefsi Piraziz Köyü'nde yer alan Camidir. Sözü edilen Cami, Trabzon Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu tarafından 1992 yılında tescillenerek koruma altına alınmıştır. İlçede kültür varlığı olarak tescil edilen son Cami, Piraziz Merkez'de Maden Mahallesi, Konakyanı mevkindeki *Konakyanı Camisi*dir. Kagir sistemde yapılan cami, kuzey-güney yönünde kareye yakın dikdörtgen planlıdır. Giriş, kat ve silmeleri, pencere söve ve lentoları, minare kaidesi ve mihrapta kesme ve yonu andezit, beden duvarlarında ise moloz taş kullanılmış ve üzeri sıvanmıştır. Cami, saç kaplı olup, dört omuzlu kırma çatıyla örtülmüştür (İltar, 2014:238). Sözü edilen Cami, Trabzon Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu tarafından 2013 yılında tescillenerek koruma altına alınmıştır.



Şekil 6. Şihkiran Camiinden bir görünüm.

İlçede kültür varlığı olarak dikkat çeken diğer yapılar türbelerdir. Bu bağlamda ilçede iki önemli türbe bulunmaktadır. Bunlardan ilki Gökçeali Köyü'ndeki *Şeyh İdris Türbesi*dir (Şekil 7). Şeyh İdris, yöre halkı tarafından oldukça tanınan ve hakkında çeşitli kerametlerin olduğuna dair rivayetler bulunan bir tarihi kişiliktir. Rivayete göre Şeyh İdris ve kırk mollası, Piraziz'e gelince Şeyhli Köyü'nün batısında kalan Gelincik kayasına çıkararak iki ok fırlatmış, oklardan birisi bugünkü türbenin bulunduğu yere düşmüş, o da buraya evini yaparak yerleşmiş, diğeri de tekkenin bulunduğu yere düşmüş ve burayı da dergahının merkezi olarak seçmiştir (Anonim, 2007:146). Bir başka rivayete göre şeyhin ormandan kestiği ağaçlar, geceleri geyikler tarafından tekkenin bulunduğu mekana taşınmıştır. Günümüzde giriş kapısının sağında ve solunda bulunan ağaç dilmelerin o dönemden kaldığına inanılmaktadır (Anonim, 2012a:109). Yine bir başka rivayete göre, Şeyh İdris, Şeyh Pir Aziz, Şeyh Hasan, Şeyh Musa ve kırk arkadaşı, Horasan'dan önce Bursa'ya, sonra Trabzon'a daha sonra da buraya gelmişlerdir (Kara Düzgün, 2003: 378). Buna ek olarak Şeyh İdris'in 1399 yılında vefat ettiği ve bu bölgenin Türk yerleşmesine açılması sırasında Piraziz'e geldiği ifade edilmektedir. Bütün bu rivayetler, tarihi delillerle tespit edilemese de (Fatsa, 2008:111) Şeyh İdris, günümüzde dahi halk arasında hürmetle anılan bir evliya olarak kabul görmektedir. Şeyh İdris'e ait olduğu bilinen türbe, Şeyh İdris Camisi'nin yakınında yer almaktadır. Yedigün planlı ve betonarme olan türbenin kubbesi, sıvalı ve boyalıdır. Türbe merkezinde bir mermer mezar mevcuttur (İltar, 2014:241). Türbenin yapılış zamanı ile ilgili bir belge bulunamamışsa da yakın tarihte yapıldığı tahmin edilmektedir. Piraziz'in Şeyhli Mahallesi'nde de Şeyh İdris'e ait olduğu bilinen bir de tekke binası mevcuttur. 2007 yılında restorasyonu yapılan tekke, geniş bir bahçe duvarıyla çevrili olup, basit kare planlıdır (Anonim, 2012a:109). Şeyh İdris Türbesi ve Tekkesi, yöre halkı ve çevreden gelenler tarafından ilgiyle ziyaret edilmektedir.



Şekil 7. Şeyh İdris Türbesi'nden Bir Görünüm.

Piraziz ilçesindeki bir diğer tanınmış türbe ise Nefsi Piraziz (Piraziz) köyündeki Pir Aziz Türbesidir. Tahrir defterlerin farklı kayıtlar olsa da Pir Aziz'in halk tarafından Şeyh İdris'in mollalarından biri olduğu kabul edilmektedir (Fatsa, 2008:119). Pir Aziz Türbesi'nin halk tarafından yaptırıldığı rivayet edilmektedir (Şekil 8). 2011 yılında çevre düzenlemesi yapılarak halkın ziyaretine açılmıştır (Anonim, 2012a:109). Pir Aziz Türbesi de, Şeyh İdris Türbesi'yle beraber ziyaretçiler tarafından ilgiyle gezilmektedir. Buraya gelen ziyaretçiler dualar etmekte, maddi ve manevi sıkıntılar için şifalar aramaktadır. Bu bağlamda özellikle inanç turizmi için bu türbeler değerlendirilebilir.



Şekil 8. Pir Aziz Türbesi'nden Bir Görünüm.

Piraziz ilçesinde kültür ve inanç turizmi açısından değerlendirilebilecek dini mimariye sahip yapıların yanı sıra sivil mimariye sahip yapılar da mevcuttur. Özellikle ilçe merkezindeki mahallerde bulunan konak tipi yapılar önemlidir. Bunlar içerisinde en çok dikkat çekenleri Tiralizade konaklarıdır. Bunlardan özellikle Eren Mahallesi, Kireçsuyu Mevkii'nde yer alan Beyler Konağı olarak bilinen *Tiralizade Hasan Bey Konağı* ilgi çekici özelliklere sahiptir (Şekil 9). Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde 1906-1908 yılları arasında inşa edilmiş olan yapı, konak yaşamını yansıtmaya ve mimari özellikleri bakımından nadir görülen konaklardan birisidir. Bodrum üzerinde iki katlı olan binanın geniş bir avlusu olan yapı, mimari bakımından yerel özelliklere sahiptir. Bina içinde Tiralizade ailesinden kalma eşyalar ve mobilyalar ile aileden kalma bir de kütüphane bulunmaktadır. Genel hatlarıyla Giresun evi özelliği gösteren konak, kapı ve pencere söveleri ve saçakları barok ve rokoko üsluplu süslemeleriyle Giresun evlerinden belirgin bir şekilde farklılık göstermektedir (Anonim, 2012b: 91). Ön cephesi ilgi çekici süslemelerle donatılmış olan konakta, bahçeden iki taraflı bir merdivenle oldukça zengin bezemelerle kaplı giriş kapısına geçilmekte oradan da çift kanatlı bir kapıyla içeri geçilmektedir. Binanın sadece ön kısmı değil arka kısmı da harika süslemelere sahiptir. Binanın kiremitle kaplı, kırma çatı formunda çatısı mevcuttur (Anonim, 2007:145). Tiralizade Hasan Bey Konağı, Trabzon Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu tarafından 1990 yılında kültür varlığı olarak tescillenmiş ve koruma altına alınmıştır.



Şekil 9. Beyler Konağı olarak bilinen Tiralizade Hasan Bey Konağı'ndan görünümeler.

Buna ek olarak ilçede Tiralizade Behçet Bey Konağı, Tiralizade Osman Bey Konağı, Tiralizade Halis Bey Konağı, Tiralizade Hüseyin Bey Konağı ve Tiralizade Emin Bey Konağı, Tuncay Akınsal gibi konaklar da yer almaktadır (İltar, 2014: 235). Geleneksel mimariye sahip bu tür yapılar, geçmiş yüzyıllarda bu bölgede yaşayan insanların yaşam kültürü ve tarzı hakkında bilgi vermesi nedeniyle geçmişe yönelik tutulmuş kültür aynaları vazifesi görmektedirler (Şekil 10). İlçedeki konak tipi yapılar, gerek tarihsel kimlikleri gerek mimarileri gerekse estetik özellikleriyle ilgi çekmekte ve kültür turizmi açısından önemli cazibe kaynakları olarak işlev görmektedirler.



Şekil 10. Tiralizade konaklarından görünümeler.

Piraziz ilçesinde yer alan bir diğer önemli kültür varlığı, günümüze kadar kalıntıları ulaşmış olsa da savunma yapılarından bir olarak tarihte işlev görmüş olan Bendehor Kalesidir (Şekil 11). Kale, Piraziz ilçesinin Kaleyanı Mahallesi'nde konumlandırılmıştır. Bendehor Kalesi'nin antik dönemden kalma olup olmadığı ve adının ne anlama geldiği konusunda net bir bilgi mevcut değildir (Anonim, 2012b: 90). Kalenin Piraziz ilçesinin ilk nüvelerinin gelişmeye başladığı Abdal İskelesi'ni gözetlemek amacıyla Türklerin burayı fethetmesinden önce inşa edildiği ve Türklere bırakıldığı kaynaklarda

belirtilmektedir (İltar, 2014:236). 1607 tarihli bir belgede Şeyhli köyü yakınlarında, güvenlik için bir palanka yapılmasına müsaade edildiği aktarılmaktadır. Dolayısıyla bu yapının Bendehor olduğu, eskiyen kalenin yeniden kullanılmaya çalışıldığı sonucuna ulaşılmaktadır (Fatsa, 2010: 156-157). Söz konusu tarihi yapı, Trabzon Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Bölge Kurulu tarafından 2011 yılında kültür varlığı olarak tescillenmiş ve koruma altına alınmıştır. Her ne kadar günümüze kadar, kalenin sadece kalıntıları ulaşmış olsa da bölgedeki savunma yapılarından biri olarak tarihsel değeri ve tescillenmiş bir kültür varlığı olduğu düşünüldüğünde görülmesi gereken kültür miraslarından birisi olarak, ilçede gezilmesi gereken tarihi yapılardan olduğunu ifade edebiliriz.



Şekil 11. Bendehor kalesinden bir görünüm.

Piraziz ilçesinde Giresun il genelinde olduğu gibi yaylacılık kültürü hala varlığını koruyan kültürel miraslardandır. İlçe halkı tarafından en çok kullanılan yaylalar; Bektaş Paşakonağı, Karagöl ve Sarıalan Yaylaları iken, en çok kullanılan obalar; Semen, Murtaz, İnboynu, Bozattaşı, Karatepe ve Rızvan obalarıdır (Fatsa, 2012: 79). Karadeniz insanının yüzyıllardan beri sürdürdüğü yayla kültürü, çağa ve değişen koşullara göre değişim geçirse de yöre insanlarının yaylalara olan özlemi ve yaylaya çıkma geleneği hala varlığını sürdürmektedir. Önceden yürüyerek, binek hayvanlarıyla veya kağnılarla gidilen yayla yolculukları günümüzde çoğunlukla arabalarla yapılmaktadır. Yaylalara nisan sonları ve mayıs başlarında çıkılmaya başlanmakta, eylül sonu ve ekim ayı içerisinde de asıl yerleşmelere inilmektedir. Yaz mevsiminde yaylaların kıyı kesimlerine göre serin ve ferah ortamları, insanları kendilerine çekmektedir. Yaylalardaki yaşam ve yayla kültürü, bu yörenin en önemli çekim unsurları arasında yer almaktadır. Yayla evleri, yayla yemekleri, yayla yaşantısı, kültürel turizm açısından değerlendirilebilecek özelliklere sahiptir.

Piraziz ilçesinde kültür turizmi açısından değerlendirilebilecek bir diğer unsur, yöresel yemeklerdir. Özellikle dünyada da rağbet gören ve sebze ağırlıklı beslenme olarak ifade edilen beslenme kültürü bu bölgede yaygındır. Başta karalahana çorbası olmak üzere ısırgan ve mendek çorbası gibi yöresel çorbalar; pezik mıhlaması, yeşil fasulye kızartması, ısırgan yemeği, mantar kavurması, hamsi kızartması ve böreği; karalahana diblesi, fasulye diblesi, hamsi diblesi gibi dibleler; Yeşil domates tuzlusu kavurması, kiraz tuzlusu kavurması, taflan tuzlusu kavurması, merevcen kavurması, fasulye turşusu kavurması gibi kavurmalar; su böreği, tulumba tatlısı, baklava, tel kadayıf, fıncıklı börek gibi hamur işleri ve tatlılar olmak üzere pek çok yemek çeşidi bulunmaktadır. Gerek sebzelerden gerekse deniz kıyısında yer alması nedeniyle balık çeşitlerinden oluşan sağlıklı beslenme kültürü, buraya gelen ziyaretçiler için önemli bir kültürel çekim unsuru olarak işlev görmektedir. Karadeniz mutfağının en güzel örneklerinden oluşan bu yemek kültürü gastronomi ve kültür turizmi açısından değerlendirilebilir.

Piraziz ilçesinde yöresel halk oyunları da kültür turizmi bağlamında değerlendirilebilir. Giresun karşılaşması Giresun çiftetellisi, sık horon sallaması, Çandır karşılaşması ekiplerimizin en çok oynadığı oyunlardır (Piraziz Belediyesi, 2017). Günümüzde özel günlerde ve törenlerde sergilenen bu tür oyunlar, buraya gelen ziyaretçilere de sunulabilmektedir. Bunlara ek olarak günümüzde artık iyice azalmış da olsa yöresel kıyafetler, kına gecesi, düğün gibi çeşitli eğlenceler ile çeşitli gelenekler ve görenekler de kısa süreli ve gösteri amaçlı ziyaretçilere sergilenebilmektedir.

Piraziz ilçesinde son yıllarda bazı kırsal kesimlerde ekoturizmin canlandırılmasına yönelik yerel bazda çalışmalar mevcuttur. Özellikle Şeyhli Mahallesi ile Güneyköy'de ekoturizm faaliyetleri için başlangıç aşamasında gelişmeler sürdürülmektedir. Söz konusu köylerde gelen ziyaretçilere hem doğada çeşitli aktiviteler (doğa yürüyüşü, yayla turu vb) yaptırılırken, hem de köylerdeki geleneksel Karadeniz köy yaşamına ait kültürün ilgi çekici güzellikleri sunulmaktadır. Gelen ziyaretçiler, yöresel köy lezzetlerini tadabilmekte, çeşitli yöresel oyunlara, kına gecesi gösterilerine katılım gösterebilmekte ve eğlenceli vakitler geçirebilmektedir. Harikulade doğal ortamlarla, yöreye özgü kültürel çekim unsurlarının birlikte değerlendirildiği bu tür turizm aktiviteleri, kültür turizmi açısından da önem taşımaktadır.

Bilindiği üzere herhangi bir destinasyonda turizm aktivitelerinin canlandırılabilmesi için turistik alt ve üst yapı olanakları ve özellikle de konaklama ile yeme-içme olanakları önem taşımaktadır. Bu bağlamda Piraziz ilçesinde 2017 yılı itibariyle bir adet turizm işletme belgeli otel bulunmaktadır. Söz konusu otel, 55 oda ve 135 yatak kapasitelidir. Buna ek olarak 1 tane de belediye belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu otelin de 10 oda 11 yatak kapasitesi vardır. İlçede yeme-içme mekanı olarak sahil kenarında balık restoranları, iç kesimde de esnaf lokantaları bulunmaktadır. Piraziz ilçesindeki konaklama tesislerinin istatistiklerini incelediğimizde; Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2016 yılı verilerine göre ilçedeki belediye belgeli konaklama tesislerine 5'i yabancı, 989'u yerli olmak üzere 994 kişi giriş yapmıştır. Sözü edilen tesislerde 10'u yabancı, 1 474'ü yerli olmak üzere 1 484 kişi geceleme yapmış, misafirlerin ortalama kalış süresi 1,5 gündür. Sözü edilen tesislerdeki doluluk oranı % 11,5'tir (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/15.09.2017>). Bu değerleri, il geneliyle kıyasladığımızda, Piraziz ilçesinin Giresun ilinde yer alan belediye belgeli konaklama tesislerindeki doluluk oranı bakımından il ortalamasının altında değere sahip olduğu görülmektedir.

Piraziz ilçesinin kültür ve inanç turizmi potansiyelini en net ve öz bir şekilde ortaya konulması için swot analizinin yapılmasının yararlı olacağı kanısındayız. Bu bağlamda ilçenin kültürel turizm açısından sahip olduğu güçlü ve zayıf yönler ile karşı karşıya kaldığı fırsat ve tehditler aşağıda ortaya konulmuştur. Burada önemli olan güçlü yönlerin iyi değerlendirilip, zayıf yönlerin azalması, ortaya çıkan fırsatlardan en etkin biçimde yararlanılması, var olan ve olması muhtemel tehditlerin bertaraf edilerek, turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi için gayret edilmesidir.

Piraziz ilçesinin kültür ve inanç turizmi açısından sahip olduğu güçlü yönler:

- Giresun Müze Müdürlüğü verilerine göre; 2017 yılı itibariyle ilçede 12 adet tescillenmiş kültür varlığının bulunması
- Tescilli kültür varlıklarının ilçe merkezi ve yakın köylerde yer alması
- Geleneksel mimariye sahip tarihi konak ve evlerin bulunması
- Genel olarak iklim koşullarının kıyı kesimlerde dört mevsim turizme elverişli olması
- Eren (Abdal İskelesi) Cami gibi tarihi camilere sahip olması
- Şeyh İdris ve Pir Aziz Türbesi gibi inanç turizmi açısından değerlendirilebilecek eserlere sahip olması
- Bendehor Kalesi gibi tarihi kale kalıntısına sahip olması
- Piraziz Elması gibi coğrafi işaret almış tescilli yöresel ürünlere sahip olması
- Giresun karşılaşması gibi yöresel halk oyunlarının bulunması
- Günümüzde özellikle gösteri ve törenlerde giyilse de yöresel kıyafetlerin bulunması
- Bu yöreye has gelenekler, hikayeler, maniler, türküler ve oyunların bulunması
- Bu yöreye has kına gecesi ve düğün gibi eğlenceli aktivitelerin olması
- Balık ve sebze ağırlıklı Karadeniz mutfağının bulunması

Piraziz ilçesinin kültür ve inanç turizmi açısından sahip olduğu zayıf yönler:

- Yer şekillerinin engebeli ve dağlık olması nedeniyle iç kesimlerdeki kültürel çekiciliklere erişimde zaman, konfor ve yolculuk kalitesi bakımından sıkıntıların olması
- Özellikle turizm sezonu olan yaz mevsiminde kıyı kesimlerde bağıl nemin zaman zaman bunaltıcı düzeyde olması ve yağış olasılığının yüksek olması
- Camiler ve konaklar dışında ilçedeki tescillenmiş kültür varlığının fazla olmaması
- Konaklar gibi kültür varlıklarının korunması ve restorasyonu bakımından yetersizliklerin bulunması
- Özellikle tarihi konakların önemli ölçüde tahrip olmuş olması
- Konaklama, yeme-içme ve turistik altyapı olanaklarının yetersiz olması
- İlçedeki kültürel turistik kaynakların yeterli ölçüde tanınmaması ve bilinmemesi
- İlçede festival ve şenlikler gibi eğlenceli aktivitelerin yapılmaması

Piraziz ilçesinde kültür ve inanç turizmi bağlamında değerlendirilebilecek fırsatlar:

- Turizm arenasında kültür ve inanç turizmine yönelik ilginin giderek artması
- Ülkemizde Karadeniz kültürüne olan ilginin artması
- Ortadoğu ve Arap ülkelerinde Karadeniz bölgemize yönelik ilginin artması
- Ordu-Giresun Havalimanı'na sadece arabayla sadece 5 dk (4 km) mesafede olmasının bir getirisi olarak hava ulaşımı ulaştırması açısından oldukça avantajlı bir durumda olması
- Karadeniz sahil yolunun üzerinde yer alması ve Giresun Merkez'e 26 km Ordu'nun Merkez ilçesi olan Altınordu ilçesine 22 km mesafede yer alması ve karayolu ulaştırması açısından avantajlı konumda yer alması
- Karadeniz kıyısında yer alması nedeniyle denizyolu ulaştırması bakımından avantajlı bir durumda olması
- DOKAP (Doğu Karadeniz Projesi) Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığının merkezinin Piraziz ilçesinde bulunması
- DOKAP başkanlığının Piraziz ilçesinin de içerisinde olduğu Giresun ilindeki turizm faaliyetlerinin geliştirilmesiyle katkılarının olması
- Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı (DOKA)'nın bu bölgedeki turizm faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik katkılarının olması
- Giresun Valiliği'nin bu çevredeki turizm faaliyetlerinin geliştirilmesine yönelik desteklerinin olması
- Sebze ve balık ağırlıklı Karadeniz mutfağına yönelik ilginin giderek artması
- Dünyada ve ülkemizde doğa ve ekoturizme yönelik ilginin artmakta olması

Taşköprü ilçesinin kültür ve inanç turizmi bağlamında karşılaşılabileceği tehditler:

- İlçeye yeterli ölçüde turist çekilememesi
- İlçeye turizmle ilgili yatırımların yeterli ölçüde çekilememesi
- Turizm faaliyetlerinde çalışabilecek genç ve kalifiye eleman azlığı
- Genç ve çalışabilecek durumdaki insanların genellikle ilçe dışına göç etmesi
- Ulusal ve uluslararası tanıtım organizasyonlarına yeterli ölçüde katılım olmaması ve tanıtım faaliyetlerinin etkili bir şekilde yapılamaması
- Yabancı ve büyük ölçekli tur operatörlerinin yeterince çekilememesi
- Nüfus potansiyeli ve gelişmişlik bakımından çevresindeki ilçelere göre daha geri durumda olması
- Ordu-Giresun Hava Limanı'nın turist çekme bakımından yeterli ölçüde değerlendirilememesi
- Markalaşma ve turistik marka oluşturma konularında yetersiz kalınması.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Piraziz ilçesi, çoğunlukla Türk-İslam kültürüne ait pek çok kültürel mirası barındırmaktadır. Giresun Müze Müdürlüğü verilerine göre; 2017 yılı itibariyle ilçede 12 adet tescillenmiş kültür varlığı bulunmaktadır. Bunlar içerisinde özellikle dini mimariye sahip inanç yapıtları önem taşımaktadır.

Tarihi camiler ve türbeler bulunmaktadır. Ayrıca ilçede sivil mimari örnekleri olarak ifade edilebilecek tarihi konaklar ve tarihi köprüler ve kaleler de mevcuttur. Bunlara ek olarak yöresel oyunlar ve folklorik etkinlikler, festivaller, düğünler ve eğlenceler, giysiler, el sanatları ve yemekler gibi bu yöreye özgü kültürel çekicilikler de mevcuttur. Bütün bu değerli kültürel çekicilikleriyle Piraziz ilçesinin değerlendirilebilecek düzeyde kültür ve inanç turizmi potansiyeline sahip olduğu anlaşılmaktadır. Buna ek olarak Ordu-Giresun Hava Limanı'na 4 km gibi çok yakın bir mesafede yer alması, Karadeniz sahil karayolu üzerinde yer alması ve Karadeniz kıyısında yer alması nedeniyle havayolu, demiryolu ve karayolu ulaşımı bakımından oldukça avantajlı bir konumda yer almaktadır. Dolayısıyla turizmin üç A'sından ikisi (erişim ve çekicilikler) bakımından oldukça avantajlı bir durumda olduğu anlaşılmaktadır.

Piraziz ilçesi kültürel turizm açısından böylesine önemli üstünlüklere sahip olmakla birlikte bu bölgedeki pek çok yer de olduğu gibi bunları turizm için değerlendirme konusunda yetersizliklere maruz kalmış durumdadır. Nitekim konaklama olanaklarının yetersiz olması, yeme-içme ve eğlenme mekanlarının yetersiz olması, turistik altyapı ve üst yapı olanaklarının yetersiz olması, tanıtım ve reklam faaliyetlerinin yetersiz olması, turizm yatırımlarının yetersiz olması, yeterli ölçüde yerli özellikle de yabancı turist çekilememesi, Ortadoğu ve Arap dünyasının ilgisinden yeterli ölçüde yararlanılamaması, kültür varlıklarının yeterli ölçüde korunamaması ve restore edilememesi, festival ve şenlik gibi tanıtıcı ve eğlendirici faaliyetlerinin yapılmaması, turizm konusunda orta ve uzun vadeli planlamaların yapılamaması gibi sorunlar nedeniyle ilçe turizmi bugün istenilen seviyede değildir. Bu bağlamda Piraziz Kaymakamlığı ve Piraziz Belediyesi'nin ilçedeki turizm faaliyetlerine daha fazla ilgi göstermesi ve daha fazla kaynak ayırması gerekmektedir. Ayrıca İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nce ilçedeki turizm faaliyetlerini geliştirici çalışmalar yapılmalıdır. İlçede yaşayan yerel halkın da turizm faaliyetlerine aktif katılım göstermesi ve turizm konusunda bilinçlendirilmesi için gayret gösterilmesi yararlı olacaktır.

İlçe turizminin geliştirilmesi için bütün bu sorunların çözülmesi, bu konuda planlamaların yapılması, turizmle ilgili projelerin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. En önemlisi de Ordu-Giresun Hava Limanı gibi bir harikulade turizm çekme faktörünün daha etkin değerlendirilmesi gerekmektedir. Erişim ve çekicilikler konusundaki avantajlı durumun iyi değerlendirilmesi, konaklama, turistik altyapı ve üst yapının geliştirilmesi ile yatırımların çekilmesi ve tanıtımın daha etkin bir şekilde yapılması da önem arz eden hususlardandır. Ülkemizde ve Ortadoğu'da son yıllarda Karadeniz bölgemize ve Karadeniz kültürüne olan ilginin daha iyi bir şekilde değerlendirilmesi için turizmle ilgili ulusal ve uluslararası fuar, sergi ve tanıtım organizasyonlarına katılım gösterilmesi yararlı olacaktır. Unutulmamalıdır ki Piraziz ilçesinde ve bu çevrede kültürel turizm ve inanç turizmi gibi alternatif turizm faaliyetlerinin geliştirilmesiyle bölgenin işsizlik, göç ve ekonomik sıkıntılar kronikleşmiş sorunlarının çözümüne de katkı sağlanabilmesi de mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Anonim, (2007), *Doğasıya Giresun*, Giresun Valiliği Yayınları, İstanbul.
- Anonim, (2012a), *2011 Yılı Giresun İl Çevre Durum Raporu*, Giresun Valiliği, İl Çevre ve Orman Müdürlüğü, Giresun.
- Anonim, (2012b), *Giresun İli Turizm Rehberi*, Giresun Valiliği, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Giresun.
- Anonim, (2014), *2013 Yılı Giresun İl Çevre Durum Raporu*, Giresun Valiliği, İl Çevre ve Orman Müdürlüğü, Giresun.
- Atalay, İ., (1997), *Türkiye Coğrafyası*, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Emecen, F., (2005), *Doğu Karadeniz'de İki Kıyı Kasabasının Tarihi (Bulancak-Piraziz)*, Kitabevi, İstanbul.
- Fatsa, M., (2008), *Giresun Yöresinde Osmanlı Vakıfları ve Vakıf Eserleri*, Giresun Belediyesi Yayınları, Bilgi Ajans Yayın Matbaa, Giresun.
- Fatsa, M., (2010), *XV ve XVI. Yüzyıllarda Giresun (Sosyal ve Ekonomik Hayat)*, Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi-1, Bilge Ajans Yayın Matbaa, Ankara.
- Fatsa, M., (2012), *Geçmişten Günümüze Piraziz*, Piraziz Kaymakamlığı Yayınları 1, Piraziz/Giresun

- Fatsa, M., (2015), *Vakıf, Kurumlar ve Dini Hayat*, Ü. Bekdemir ve Fatsa M.(Edit), Geçmişten Günümüze Giresun, Giresun Valiliği Giresun İl Özel İdaresi, s. 92-139, Giresun.
- Giresun Meteoroloji İstasyonuna Ait Uzun Yıllık Gözlem verileri, Giresun Meteoroloji Müdürlüğü, Giresun.
- HGK, (2017), İl ve İlçe Yüzölçümleri, www.hgk.msb.gov.tr (Erişim Tarihi:12.06.2017).
- İltar, G., (2014), *Giresun Kültür Envanteri*, Giresun Valiliği Yayınları, İstanbul.
- Kara Düzgün, Ü., (2003), “Giresun’da Veli Kültürüne Bağlı Adak Yerleri ve Adak Uygulamaları”, Yeşil Giresun Gazetesi’ne Göre Cumhuriyetin İlk Yıllarında Giresun Sempozyumu Bildirileri, Giresun.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2017), Turizm İstatistikleri, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr> (Erişim Tarihi:10.07.2017).
- MTA, (2013), *Giresun G 40 Paftası Jeoloji Haritası*, Ölçek: 1/100000, MTA Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Piraziz Belediyesi, (2017), Piraziz İlçesindeki Gelenek ve Görenekler, www.piraziz.bel.tr/piraziz/gelenek-ve-gorenekler (Erişim Tarihi:18.07.2017).
- Sever, R., (2015), *Fiziki Coğrafya*, Ü. Bekdemir ve Fatsa M.(Edit), Geçmişten Günümüze Giresun, Giresun Valiliği Giresun İl Özel İdaresi, s. 92-139, Giresun.
- TÜİK, (2017), Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, www.tuik.gov.tr (Erişim Tarihi:18.07.2017).
- Yaltırık, F. ve Efe, A., (1989), *Otsu Bitkiler Sistematigi Ders Kitabı*, İstanbul Üniv. Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınları, İstanbul Üniv. Yayın no: 3568, Fen Bilimleri Enstitüsü Yayın no: 3, İstanbul.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA KONAKLAMA TESİSLERİ İLE YAKIN ÇEVRELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ: SÜLLÜ DAĞ EVİ ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. İbrahim SEZER
Giresun Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi
Coğrafya Bölümü
ibrahimsezer@mynet.com

Özet

Kentlerin gürültülü ve kalabalık ortamlarından kaçıp, doğayla baş başa kalarak dinlenme ve sıradışı deneyimler yaşamak isteyen insanlar, bu isteklerine uygun konaklama tesislerini tercih etme eğilimindedir. Bu tür tesislerde hem yöresel ve sağlıklı yiyeceklerin bulunması hem de doğayla ilgili aktivitelerin yapılabilmesi mümkün olabilmektedir. Bunlara ek buldukları yörelerin geleneklerini ve kültürünü yansıtan unsurları deneyimleme imkanı da söz konusu olabilmektedir.

Karadeniz Bölgesi'nin Doğu Karadeniz Bölümünde yer alan Giresun ilinde de yukarıda ifade edilen özelliklere sahip konaklama tesisleri bulunmaktadır. Bunlardan birisi de inceleme alanımız olan Dereli ilçesi Pınarlar Köyü sınırları içerisinde yer alan Süllü Dağ Evidir. Süllü Dağ Evi ve yakın çevresinin sürdürülebilir turizm olanaklarının incelendiği çalışmamızda ilgili tesisin, yakın çevresiyle birlikte ele alınarak sürdürülebilir turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bunun için tesis sahibi ve yerel halkla mülakatlar gerçekleştirilmiş, saha etütleri yapılmıştır. Yaptığımız araştırmalar neticesinde sözü edilen tesisin, yakın çevresindeki zengin bitki örtüsüyle bezeli doğal güzellikleri, Karadeniz köy ve yayla kültürünü yansıtan kültürel çekicilikleriyle dikkati çekmekte olduğu anlaşılmıştır. Bunun yanı sıra tesisin iç yapısıyla, sunum özellikleriyle, lezzetli ve sağlıklı menüleriyle, samimi ortamıyla da buraya gelen misafirlere harika deneyimler ve anılar edinme olanağı da sağlayabildiği gözlenmiştir. Bu bağlamda çevreye duyarlı hizmet anlayışı, doğal ortamdaki pek çok turizm etkinliğinin yapılabildiği Süllü Dağ Evi'nin, pek çok eksikliklerine rağmen sürdürülebilir turizm açısından dikkate değer bir niteliğe sahip olduğu anlaşılmıştır. Dolayısıyla Süllü Dağ Evi örneğinden yola çıkılarak bölgede kurulabilecek konaklama tesislerinin sürdürülebilir turizm anlayışıyla geliştirilebilmesi için yapılması gerekenler, eksiklikler ve avantajlar, sorunlar ve öngörülerle eldeki çalışmanın fikir verici özelliklerle değerli bilgiler içerdiği kanısındayız.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Süllü, Dağ Evi, Konaklama.

ASSESSMENT OF ACCOMMODATION FACILITIES AND NEARBY SURROUNDINGS IN THE SCOPE OF SUSTAINABILITY TOURISM: EXAMPLE OF SÜLLÜ MOUNTAIN HUT

Abstract

The people who desire to escape from noisy and crowded environments of the cities, take a rest and have extraordinary experience by being along together with nature tend to prefer the suitable accommodation facilities as they desire. It is possible that there are both regional and healthy foods, and to make the activities related to the nature in these kinds of facilities. Also, it is possible that the factors reflecting the traditions and culture in their territory are experienced.

There are accommodation facilities having the abovementioned features in Giresun in Eastern Black Sea of Black Sea Region. One of them is the Süllü Mountain House located within the boundaries of the Pınarlar Village of the Dereli district which is our search subject. In our study where we examined sustainable tourism possibilities of Süllü Mountain House and its immediate surroundings, it is aimed to explore sustainable tourism potential of the facility by taking into account its close environment. For this purpose we have made interviews with the facility owner and local people and field surveys were conducted. As a result of the research we conducted, it was understood that the facility mentioned attracts attention by its natural beauties of the surrounding having a rich flora cultural attraction which reflects the Black Sea village and highland culture. In addition to this, it has been observed that the facility offers wonderful experiences and memoirs to its guests who come here with its interior, presentation characteristics, delicious and healthy menus and its sincere atmosphere. In this context, it has been understood that Süllü Mountain House which has a sense of environment-friendly service understanding and many tourism activities in the natural environment has a remarkable quality in terms of sustainable tourism despite its many deficiencies. Therefore, we believe that the present study contains

particularly valuable information that should be used in order to develop the accommodation facilities that can be established in the region based on example of Süllü Mountain House for a sustainable tourism with disadvantages, advantages, problems and estimations.

Keywords: Sustainability Tourism, Süllü, Mountain Hut, Accommodation.

1. GİRİŞ

Her geçen gün kalabalıklaşan ve yaşantılarında insanları strese sokan yaşam ortamlarının giderek arttığı dünyamızda klasikleşmiş ve kalabalık insan gruplarının katıldığı, çoğunlukla eğlenmeye dayalı turizm faaliyetlerinden sıkılan ve yeni arayışlara giren insanlar için alternatif ve sürdürülebilir turizm türleri cazip hale gelmektedir. Söz konusu turizm faaliyetleri için diğer yerler kadar bozulmamış, kalabalıklaşmamış ve nispeten sakin, doğal ortamlarla iç içe destinasyonlar tercih edilmektedir. Bu tür destinasyonlarda dinlenme, yeni ve sıradışı deneyimler yaşama, farklı kültürlerle etkileşime girme, yöresel ve geleneksel unsurları deneyimleme, doğayla baş başa kalma gibi çağımızda turizm aktivitesine katılan insanların birçoğunun arzu ettiği olanaklar sunulabilmektedir.

Bu tür mekanlarda geliştirilmesi düşünülen turizm türlerinin de klasik turizm aktivitelerinden farklı olarak bulunduğu bölgeye yapacağı mekânsal etkilerin (çevresel, ekonomik ve sosyal) daha rasyonel bir biçimde olması önem taşımaktadır. Turizmin çevre üzerindeki baskılarının her geçen arttığı günümüzde bu türden alternatif turizm faaliyetlerinin ortaya çıkmasıyla, turizm-çevre ilişkisinde daha sürdürülebilir bir etkileşimin meydana getirilmesi mümkün olabilmektedir. İşte sürdürülebilir turizm aktivitelerinin dünya turizm arenasında yer bulmaları da bu gayretlerin bir sonucudur.

Dünya Turizm Örgütü'nün yaptığı tanıma göre sürdürülebilir turizm; bugünkü turistlerin ve ziyaret edilen bölgelerin gereksinimini karşılarken, bu bölgelerin gelecek için de korunması ve fırsatların iyileştirilmesidir (Sonuç, 2014:15). Sürdürülebilir turizmle ilgili pek çok tanım yapılmıştır. Bu tanımlardaki ortak öğeler; doğal ve insan yapımı kaynakların optimum biçimde uzun süreli kullanımı, insan yerleşim dokusunun korunması, ekonomik ve sosyal eşitlik, kalite kavramına bağlılık, sosyal katılımdır (Demir ve Çevirgen, 2006:16). Sürdürülebilir turizmde koruma-kullanma dengesine dikkat edilmesi, sürdürülebilirlik ilkesine uyulması önem arz etmektedir. Sürdürülebilirlik veya sürdürülebilirlik gelişme; hammadde kaynaklarının kullanımı, yatırımların yönü, teknolojik gelişmelerin hedefleri ve kurumsal değişiklikler gibi hususlarda, hem günümüzün hem de gelecek kuşakların ihtiyaçlarını dikkate alan bir değişim sürecidir (Demir ve Çevirgen, 2006:16). Bu bağlamda sürdürülebilir turizmde kısa vadeli ve çevreyi dikkate almayan turizm uygulamalarındansa uzun vadeli olan, bulunduğu bölgedeki çevreyi, yerel unsurları da göz önünde bulunduran aktiviteler önerilmektedir. Sürdürülebilir turizm, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınmaya da katkı sağlamaktadır. Sürdürülebilir turizm kalkınması, destinasyon alanlarında yerel, doğal, kültürel, yapısal kaynakları koruyarak ve ekonomik gelişmeyi teşvik etmekte ve bu şekilde hedeflerin gerçekleştirilmesini öngörmektedir. Sürdürülebilir turizm; kaynakların sürdürülebilir kullanımını, aşırı kullanım ve atıkların azaltılmasını, çeşitliliğin devamlılığını, yerel toplumu planlamaya dahil etme ve yerel ekonominin desteklenmesi vb hedefleri içermektedir (Erdoğan, 2003:100). Sürdürülebilir turizmde esas olan, doğal alanların ve kırsal kesimlerin, geleceğin turizm alanları olarak, turizmin olumsuz etkilerinden muhafaza edilmesi, günümüz turizmi içerisinde çevresel sorunları olmayan ortamlarda, doğa içinde turistik aktivitelerin gerçekleştirilmesidir (Altıntaş, 2007:756). Dolayısıyla sürdürülebilir turizm, çevreye duyarlılığın, yöre halkına katkı sağlamanın ve kaynakları kullanırken israf etmemenin göz önünde bulundurulduğu turizm anlayışıdır.

Bilindiği üzere turizmin en önemli unsurlarından birisi de konaklama faaliyetleridir. Konumuz kapsamında değerlendirirsek konaklama faaliyetlerinin de sürdürülebilir turizm ilkelerine göre yapılması, mekânsal etkilerinin buna göre şekillendirilmesi önem taşıyan hususlardır. Sürdürülebilir otel kavramı, genel olarak sürdürülebilir turizm kavramından çok da farklı bir durum arz etmemektedir. Sürdürülebilir otel, insan yaşamı için kaynakların sürekliliğine katkı yapmak, çevre üzerinde aşırı ve gereksiz kullanımın oluşturduğu baskıyı asgariye indirmek, enerji ve su tüketimi, atık maddeler, kimyasal ürün kullanımı, geri dönüşüm vb hususlarda tüm paydaşları sürdürülebilir kaynak kullanımı konusunda bilinçlendirerek, çevreye duyarlı, toplumsal değer oluşturabilen, sosyal

sorumluluk sahibi, ekonomik, sosyal ve çevresel çıktıları meydana getirebilen işletmelerdir. Sürdürülebilir otel işletmeciliğinde beşeri kaynaklar kadar doğal kaynakların da etkin ve verimli kullanımı önem taşımaktadır. Bu anlayışta konaklama tesisinin tasarım aşaması, inşaat ve işletme aşamasında da sürdürülebilirlik ilkelerine özen gösterilmesi gerekmektedir (Demir, 2014:175).

Dolayısıyla çevreye duyarlı ve sürdürülebilirlik ilkesini benimsemiş eko konaklama tesislerinin; bulunduğu doğal ve kültürel çevreyi koruması, yapımı sırasında doğal çevreye olumsuz etkilerin en aza indirilmesi, çevreye uyumlu mimari özelliklere sahip olması, aşırı su israfının önleyecek tedbirlerin alınması, atık sistemlerinin olması ve etkili yönetilmesi, enerji gereksinimini pasif dizaynla ve sürdürülebilir kullanım sağlayacak çağdaş olanaklarla birleştirerek karşılaması, yerel halkla birlikte çalışmaya gayret edilmesi, doğal ve kültürel çevresi hakkında turistleri eğitecek programların sunulması, sürdürülebilir yerel gelişmeye olanak sağlaması beklenmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006:89-90). Böylelikle konaklama tesislerinin bulunduğu doğal, sosyal ve ekonomik ortama uyumlu olmasına katkı sağlanması, sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, sürdürülebilir çevre ve kalkınmanın gerçekleştirilmesi olanaklı hale gelebilecektir.

Araştırmamıza konu olan Süllü Dağ Evi'nin de bulunduğu Doğu Karadeniz Bölümü, son yıllarda klasik turizm faaliyetlerinden kaçıp, sakinlik, sessizlik ve bozulmamış doğal ortam arayan turistlerin ilgi odağı haline gelmeye başlamıştır. Özellikle bu bölgedeki yaylalar ve dağlık alanların, söz konusu turistlerin aradığı özelliklerin bulunduğu ortamlara sahiptir. Giresun İli Dereli İlçesi Kulakkaya Mahallesi Süllü mevkinde yer alan Süllü Dağ Evi de bu yaylalar kuşağı içerisinde ve Kulakkaya Yaylası yolu üzerinde yer alan bir konaklama tesisidir. Çalışmamızla Süllü Dağ Evi gibi küçük boyutlu, doğayla baş başa ortamlarda tatil yapmak isteyen turist profiline hitap eden ve çevresel etkileri nispeten düşük düzeyde olan konaklama tesislerinin incelenmesine, olumlu ve olumsuz durumların ortaya konmasına ve bundan hareketle bu bölgede sürdürülebilir turizm anlayışının ve bu anlayışa sahip konaklama tesislerinin yaygınlaştırılmasına bilimsel düzeyde katkı yapmayı temenni ediyoruz.

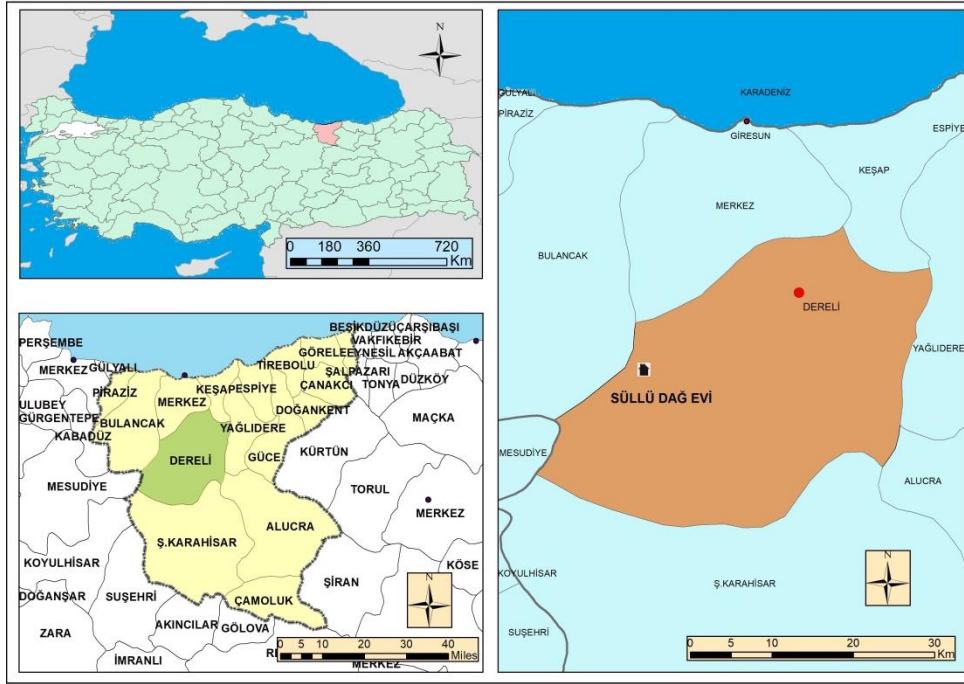
2. AMAÇ VE YÖNTEM

Dünyada ve ülkemizde son yıllarda, insanların daha sakin ve sessiz, doğal ortamla iç içe ve daha çok dinlenmeye yönelik tatil tercihlerinin arttığı gözlemlenmektedir. Bu tür tatil olanaklarıyla ülkemizde öne çıkan yerler arasında Doğu Karadeniz Bölümü'ndeki yaylalar ve dağlık alanlar da bulunmaktadır. Bu bölgenin özellikle yaz mevsimindeki çekiciliği (serin ve temiz havası, suyu, yayla kültürü, stresli ve kalabalık kent ortamlarından uzak olması vb) insanların bu bölgeye yönelmesine zemin hazırlamaktadır. Bu bölgede Giresun ilinin Dereli ilçesi sınırları içerisinde yer alan Süllü Dağ Evi de yakın çevresindeki doğal ortamı ve yaylalarıyla dikkate değer bir sürdürülebilir turizm potansiyeli taşımaktadır. Biz de bu çalışmada Süllü Dağ Evi konaklama tesisini, yakın çevresiyle birlikte sürdürülebilir turizm açısından ele almaya çalıştık. Amacımız ilgili tesisin tanıtımı ve güzellemesi değil, bu tesisten yola çıkarak bu çevredeki sürdürülebilir turizm anlayışına sahip konaklama tesislerinin ve onların çevresinin sürdürülebilir turizme uygun olarak geliştirilmesi için yapılması gerekenlerin ortaya konulması ve bir potansiyel tespitinin yapılmasıdır. Eldeki bu çalışmada tek bir konaklama tesisinin ele alınmış olması, çalışmanın sınırlılığı olarak söylenebilir. Ayrıca Süllü Dağ Evi'nin de istenilen özellikleri yeterli ölçüde taşımadığı da ifade edilebilir. Bununla birlikte Süllü Dağ Evi örneğinden yola çıkılarak bölgede kurulabilecek konaklama tesislerinin sürdürülebilir turizm anlayışıyla geliştirilebilmesi için yapılması gerekenler, eksiklikler ve avantajlar, sorunlar ve öngörülerle eldeki çalışmanın fikir verici özellikle değerli bilgiler içerdiği kanısındayız. Bu bağlamda bölgede geliştirilecek turizm türlerinin ve kurulması düşünülen konaklama tesislerinin buradaki doğal ve kültürel ortamı bozmayacak özellikte olması, uyumun gözetilmesi, çevreyi koruma ve ondan yararlanma dengesinin iyi bir şekilde sürdürülmesi oldukça önem taşımaktadır.

Çalışmanın hazırlanması sürecinde tesis yetkilisi ile farklı dönemlerde yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiş, tesiste ve yakın çevredeki doğal ortamlarda, Süllü yerleşmesinde, yaylalarda gezi-gözlem faaliyeti ve mülakatlar yapılmış, fotoğraf çekimleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıca sahayla ilgili çalışmalar incelenmiş ve saha etütleriyle elde edilen bulgularla çalışma meydana getirilmiştir.

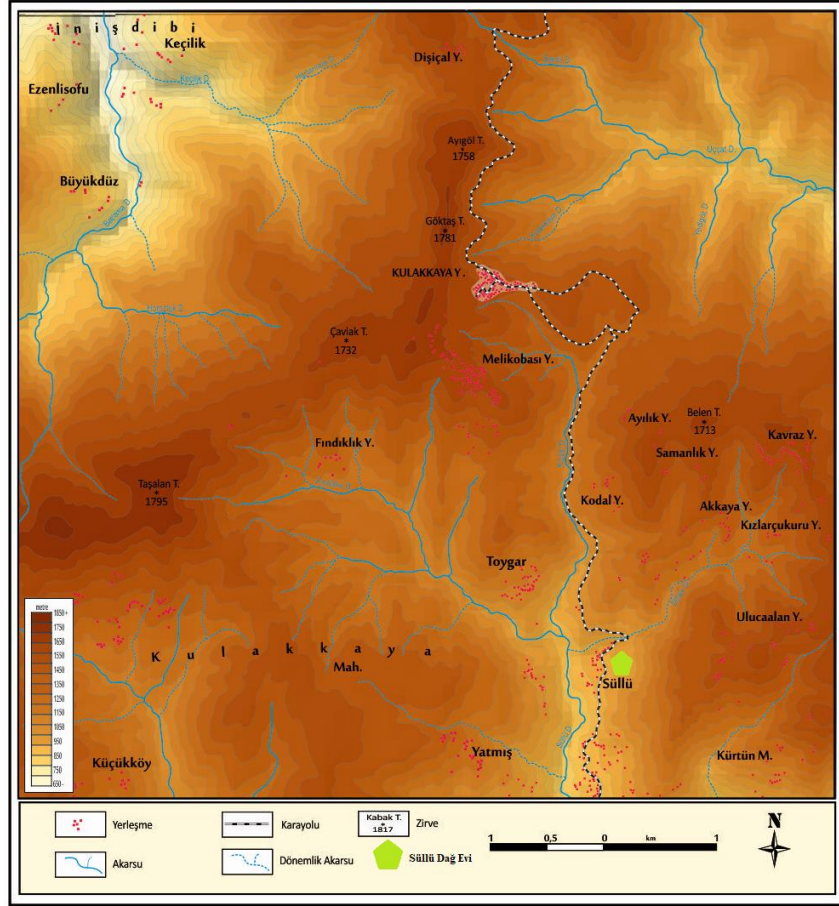
3. SÜLLÜ DAĞ EVİ VE YAKIN ÇEVRESİNİN COĞRAFİ ÖZELLİKLERİ

Süllü Dağ Evi, Giresun İli Dereli İlçesi Kulakkaya Mahallesi Süllü mevkinde yer almaktadır (Şekil 1). Süllü Dağ Evi Yavuzkema Beldesi'ne 6,1 km, Dereli ilçe merkezine 27,3 km, Giresun il merkezine 58,3 km uzaklıkta yer almaktadır. Buna ek olarak Kulakkaya Yaylası'na 5,3 km, Ağaçaşası Yaylası'na (Melikli Obası) 6,4 km, Ağaçaşası Tabiat Parkı'na 8,1 km, Bektaş Yaylası'na 18,1 km, Kumbet Yaylası 34,5 km, Karagöl Dağları'na 45-50 km, Ordu-Giresun Havalimanı'na 87 km mesafede yer almaktadır. Giresun Merkez'den Süllü Dağ Evi'ne ulaşmak için Aksu vadisi boyunca, sahilden iç kesimlere doğru ilerleyen Şebinkarahisar yolu takip edilmektedir. Giresun Merkez'den çıkıldıktan sonra Aksu vadisine doğru güneye dönülür ve önce Duroğlu beldesine daha sonra Dereli ilçe merkezine ulaşılır. Daha sonra Pınarlar yol ayrımından Yavuzkema-Kulakkaya Yaylası yoluna sapılır, kısa bir mesafe sonra Yavuzkema beldesi yol ayrımından Kulakkaya Yaylası yoluna sapılır. Oldukça eğimli ve virajlı bir yoldan geçilerek önce Süllü yerleşmesine sonra da Süllü Dağ Evi'ne ulaşılmaktadır. Yol kalitesi açısından baktığımızda Giresun il merkezinden Kulakkaya Yaylası'na kadar asfaltla kaplı bir yol güzergahı bulunmaktadır. Ancak Dereli'den sonra Süllü Dağ Evi'ne kadar olan yoldaki asfaltta delikler bulunmakta ve en önemlisi de günümüzde de sürmekte olan tünel ve yol iyileştirme çalışmaları nedeniyle yer yer yol kalitesi önemli ölçüde düşmekte ve yolculuk konforu bozulabilmektedir. Bunun yanı sıra özellikle Dereli-Süllü Dağ Evi arasında yolun virajlı ve Yavuzkema beldesi yol ayrımından Süllü Dağ Evi'ne kadar olan yolun hem eğimli hem de keskin virajlı olması özellikle yağmurlu, sisli, soğuk havalarda ve gece vakitlerinde yolculuğun zorlaşmasına neden olabilmektedir.



Şekil 1. Süllü Dağ Evi'nin Lokasyonu.

Süllü Dağ Evi, Süllü deresinin doğusundaki nispeten eğimli yamaçlar üzerinde Süllü yerleşmesinin yöre halkınca "yabani" adı verilen kesiminde yer almaktadır. Burada arazi oldukça engebeli ve dağlık ve 1000 m'nin üzerinde yükselti değerleri mevcuttur. Süllü yerleşmesi 1000 ile 1300 m yükseltileri arasında yer almaktadır. Süllü Dağ Evi, 1240-1250 m yükseltileri arasında bulunmaktadır. Bu çevrede Sakar Alanı (1662 m), Belen Tepesi (1713 m), 1587 m yükseltisinde bir tepe, 1565 m yükseltisinde başka bir tepe gibi 1500 m'yi geçen yükselti bulunmektedir. Bu çevredeki en önemli yükselti 2000 m'leri geçen (2030 m) Çaldağ'dır. Yine bu çevrede kuzey-güney doğrultusunda Süllü deresinin açmış olduğu vadi yer almaktadır (Şekil 2 ve Şekil 3).



Şekil 2. Süllü Dağ Evinin yakın çevresinin topoğrafyası (Kaynak: Sezer, 2015:97'den alınarak düzenlenmiştir)



Şekil 3. Süllü vadisinden bir görünüm.

Süllü yerleşmesi de bu vadinin doğu yamaçları üzerinde yer almaktadır. Burada Kulakkaya Yaylası'ndan Süllü deresini takiben kuzeyden güneye doğru Büyük dereye kadar yükselti azalmakta ve 1000 m'lere düşmektedir. Bu bölge Aksu ırmağı havzası içerisinde yer almakta ve çalışma sahasına en yakın akarsu, Süllü deresidir. Süllü Deresi, Büyük dereye karışmakta, Büyük dere de Aksu

ırmağının kollarından Göksu deresine kavuşmaktadır. Buna ek olarak çevrede daimi ve mevsimlik akışa sahip akarsular ve yamaç kaynakları bulunmaktadır. Bu bölgedeki ırmaklar genellikle hızlı akışa sahiptirler ve üzerlerinde son yıllarda artan sayıda HES projesi sürdürülmektedir. Bu da doğallığın ve bozulmamışlığın talep edildiği sürdürülebilir turizm türleri için istenilmeyen peyzaj durumlarına neden olmaktadır.

Bu bölgede her mevsimi yağışlı Karadeniz iklimi hüküm sürmektedir. Yağış miktarının 1000 mm'nin, bağıl nem oranının da % 70'lerin üzerinde olduğu ılıman bir iklim özeliğine sahip bu iklimde sıcaklık mevsimler arasında çok büyük farklılıklar göstermemektedir. Genel itibariyle böyle olmakla birlikte kıyıda iç kesimlere ve yaylalara doğru çıkıldıkça yükseltinin artmasına bağlı olarak iklimin sertleşmesi söz konusu olabilmektedir. Kıyı kesimlerine göre sıcaklıkta düşme, yağış ve nem değerlerinde değişimler meydana gelebilmektedir. Bu da özellikle yaz mevsimlerinde serin ve daha ferah bir iklimik ortamın oluşmasına ve bu bölgedeki halk tarafından "yayla havası" olarak ifade edilen durumun meydana gelmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla Süllü Dağ Evi'nin en önemli çekici unsurlarının başında bu iklimik cazibe gelmektedir. Kış mevsiminde de kar yağışlarının görülmesi ve karın uzun süre (2-3 ay) yerde kalması nedeniyle kış turizmi açısından da bu çevre oldukça elverişli ortamlara sahiptir (Şekil 4).



Şekil 4. Süllü Dağ Evi ve yakın çevresinin yaz ve kış mevsimindeki görünümü.

Bu çevrede geniş ve iğne yapraklılardan oluşan zengin bir bitki örtüsü mevcuttur. İğne yapraklı ağaçlardan başta doğu ladini (*Picea orientalis*) olmak üzere Doğu Karadeniz göknarı (*Abies nordmanniana*) ve sarıçam (*Pinus Sylvestris*) bulunmakta iken, geniş yapraklı ağaçlardan kayın (*Fagus orientalis*), kızılbaş (*Alnus glutinosa* subsp. *barbata*), gürgen (*Carpinus betulus*), kestane (*Castanea sativa*), Kafkas akçağacı (*Acer trautvetteri*), karağaç (*Ulmus glabra*) gibi ağaç türleri mevcuttur. Ayrıca çalı türlerinden ve otsu türlerden de pek çok tür burada yer almaktadır. Özellikle mor çiçekli ormangülü (*Rhododendron ponticum*), sarı çiçekli ormangülü (*Rhododendron luteum*) ve sarı çiçekli çuha çiçeği (*Primula vulgaris* var. *vulgaris*), mor çiçekli çuha çiçeği (*Primula vulgaris* subsp. *sibthorpii*) ısırgan (*Urtica dioica*) ve menekşeler (*Violaceae*) vb bitki türlerini gözlemek mümkündür (Şekil 5). Bu çevrede toprak türü olarak gri kahverengi podzolik topraklar yaygın olup, % 20-30 arasında eğimli VI. ve VII. sınıf araziler yaygındır.



Şekil 5. Süllü Dağ Evinin çevresinde başta doğu ladinleri olmak üzere iğne ve geniş yapraklı ağaçlardan oluşan zengin bir bitki örtüsü mevcuttur.

Süllü Dağ Evi'nin bulunduğu Süllü yerleşmesi, Çepniler tarafından iskana açılmış ve iskan edilmesi 15. yüzyıla kadar inmektedir. Genellikle tarım ve hayvancılıkla geçinildiği anlaşılan Süllü yerleşmesinde beş hane, beş müselleme ve üç yetişkin erkek vergi nüfusu tespit edilmiştir. 19. yüzyıla kadar burada Müslüman olmayan bir kimsenin kaydına rastlanmamıştır. 19. yüzyıla ait şeriye sicil kayıtlarında burası Karye-i Süllü ve sipahiler biçiminde anılmaktadır. Sipahiler denilen yer, bugünkü Yavuzkema beldesinin bir mahallesi olan Ispalar'dır (Fatsa, 2010:230). Süllü yerleşmesi, günümüzde Yavuzkema Beldesi Kulakkaya Mahallesi'ne bağlı bir yerleşmedir. Kış mevsiminde ikamet edenlerin birçoğu Giresun Merkez'de ve Dereli'de asıl yerleşmelerine taşınsa da yıl boyunca sürekli oturanlar mevcuttur. Bu çevredeki en önemli yerleşme Yavuzkema Beldesidir. TÜİK verilerine göre beldenin 2016 yılı nüfusu 2 462 kişidir. Bunun % 52,3'ü (1263) erkek, 1199'u kadın nüfustan oluşmaktadır (TÜİK, 2017). Bunun dışında bu çevrede başta Kulakkaya Yayla yerleşmesi olmak üzere Ulucaalan Yaylası, Kızlarçukuru Yaylası, Akkaya Yaylası, Samanlık Yaylası, Kavraz Yaylası, Kodal Yaylası, Ayılık Yaylası, Melikliobası Yaylası gibi yayla ve oba yerleşmeleri bulunmaktadır. Süllü yerleşmesinde çağdaş betonarme evler yaygın iken, geleneksel metotla inşa edilmiş klasik yayla evleri de bulunmaktadır. Geleneksel yayla evi modeli, genellikle iki katlı olup, alt katta taş malzeme, üst katta ise ahşap malzeme veya ahşap ve taş malzemenin birlikte kullanıldığı görülmektedir. Alt kat yığma taş şeklinde inşa edilirken, üst kat taş göz dolma veya ahşap göz dolma tekniğiyle inşa edilmiştir. Bazı evlerin duvarlarında bağdadi tarzının da kullanıldığı gözlemlenmektedir. Çatılar genelde dört omuzlu kırma çatı şeklinde inşa edilmekte ve saç malzeme kullanılmaktadır. Pencereler giyotin pencere formunda olup, oldukça küçük dört altta dört de üstte olmak üzere sekiz bölmeden oluşmakta ve dış kısmı kepenkle kapatılmaktadır. Evlerin alt katı genellikle hayvan barınağı olarak işlev görürken, insanlar üst katta oturmaktadır. Bunlara ek olarak evlerin çevresinde serender, fırın gibi eklentiler mevcuttur (Şekil 6).



Şekil 6. Süllü yerleşmesindeki geleneksel Karadeniz meskenleri ve eklentilerinden görünümüler.

Süllü yerleşmesinde geçim tarım, büyük ve küçükbaş hayvancılık, ormancılık, arıcılık, toplayıcılık gibi faaliyetlere dayalıdır. Son yıllarda fındık tarımı da yapılmaya başlanan bu yerleşmede evlerin çevresindeki çitle çevrili bahçelerde kara lahana, fasulye, soğan, mısır, patates, fasulye, kabak vb. sebzeler yetiştirilmektedir. Yerleşmede çoğunluklu büyükbaş hayvan yetiştirilmektedir. Büyükbaş hayvanlardan sığır, küçükbaş hayvanlardan koyun yaygındır. Buna ek olarak fenni kovanların kullanıldığı arıcılık faaliyeti de sürdürülmektedir (Şekil 7). Ayrıca çevrede doğal olarak yetişen mantar, galdirik, çalıçileği, ısırğanotu, ahududu, kabalak ve mendek gibi bitkiler de toplanarak ya evlerde ailenin tüketimi için veya yol kenarında ve çevredeki halk pazarlarında satmak için değerlendirilmektedir. Süllü yerleşmesinde marangozhane ve körükhane de mevcuttur. Sepet örmeciliği, kilim ve halı dokumacılığı ve şimşir kaşık yapımı ise günümüzde artık sürdürülmemektedir. Süllü yerleşmesi ve çevresinde son dönemlerde Kulakkaya Yaylası, Bektaş Yaylası, Kümbet Yaylası, Ağaçbaşı Tabiat Parkı, Alçakbel Orman İçi Dinlenme Yeri gibi çekim alanlarının da etkisiyle turizm ve rekreasyon faaliyetleri gelişmeye başlamıştır.



Şekil 7. Süllü yerleşmesinde yapılan bahçe tarımı, büyük ve küçükbaş hayvancılık ile arıcılık faaliyetinden görüntüler.

4. SÜLLÜ DAĞ EVİ VE YAKIN ÇEVRESİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Süllü Dağ Evi, Giresun İli Dereli İlçesi Kulakkaya Mahallesi Süllü yerleşmesinin yöre halkınca “yabani” olarak adlandırılan kesiminde yer almaktadır (Şekil 8). Süllü Vadisinin güneye bakan yamaçları üzerinde Kulakkaya Yaylası yolunun kuzey kesiminde yola 150 m mesafede yer almaktadır. Süllü Dağ Evi'nin kurulması ve bugünlere gelmesi süreci, işletmecisi Kemal Bey'den alınan bilgiye göre şu şekilde gerçekleşmiştir. Kemal Bey, daha önceleri Antalya vb yerlerde çeşitli düzeyde otellerde yöneticilik yaptığını, daha sonra emekliliği yaklaşık 2008 yılında buraya gelip, aile evinde yaşamaya karar verdiğini, ilk yıllar kendisini burada yaşamaya adapte ettiğini, sonra internetten turist çekmek için bazı girişimleri olduğunu, talep gelmeye başladığını görünce de 2013 yılından itibaren aile evini pansiyona dönüştürüp, turist ağırlamaya başladığını ifade etmektedir. Öncelikle evinin alt katını sonra üst katını, daha sonra da evin yakınındaki serenti şeklinde inşa ettiği bungalovu ziyaretçilere açtığını ifade etmektedir. Bu konaklama tesisini turizme açarken, dışardan herhangi bir destek almadan tamamen kendi imkanlarıyla turizme açtığını da belirtmektedir.



Şekil 8. Süllü Dağ Evi'nden görünümeler.

Süllü Dağ Evi, bir dağ evi olarak isimlendirilmekte ve bu isimle tanıtılmaktadır. Bilindiği gibi dağ evi veya oberj, kış sporları veya çim sporları yapmak ve doğa güzelliklerinden faydalanmak amacıyla çevresel açıdan sorumlu bir anlayışla işletilen asgari bir yıldızlı otel nitelikleri ile birlikte aşağıdaki nitelikleri taşıyan konaklama tesisleridir. Bunun yanı sıra asgari 30 yatak kapasitesine sahip olması gerekmektedir (Aytaç, 2016:15).

Bunun yanı sıra Turizm Yatırım ve İşletmeleri Yönetmeliği'ne göre dağ evlerinin aşağıdaki nitelikleri taşıması gerekmektedir (Resmi Gazete, 2017);

- a) Girişte saçak düzenlemesi gibi doğa koşullarının getirdiği fiziksel güçlüklerle karşı gerekli tedbirlerin alınması,
- b) Kış veya çim sporlarına yönelik gerekli malzeme ve teçhizatın kiralanabilmesi imkanı ve bunların muhafazasına için depo ile bu sporların öğretilmesine yönelik en az bir adet sertifikalı eğitici personel,
- c) Spor yaralanmalarına da yönelik ilk yardım araç ve gereçleri ile ilk yardım konusunda sertifikalı personel,
- d) İkinci sınıf lokanta veya kafeterya,
- e) Ranza sistemi olmaksızın odaların en fazla altı kişilik düzenlenebilmesi imkanı,
- f) Oturma salonunda şömine,
- g) Sauna veya hamam veya kapalı yüzme havuzu,
- h) Çamaşır yıkama ve ütüleme hizmeti,
- ı) Yeterli çevre aydınlatması,
- j) Bakı terası gibi manzara seyri amaçlı düzenleme,
- k) Jeneratör.

Yukarıdaki dağ evi tanımı ve özellikleri incelendiğinde Süllü Dağ Evi, bir dağ evi olarak isimlendirilse de konaklama tesisleri terminolojisindeki dağ evi tanımına ve özelliklerine bazı noktalarda uymadığı görülmektedir. Nitekim hem kapasite hem de taşıması gereken özellikler bakımından birtakım eksikliklerin olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu konaklama tesisinin kendi imkanlarıyla ve aile fertlerinin gayretiyle sürdürülen bir aile pansiyon işletmesi olduğu anlaşılmaktadır.

Süllü Dağ Evi'nin öne çıkan özelliklerini şöyle sıralayabiliriz;

- Süllü Dağ Evi, aile pansiyonu işletmesi şeklinde hizmet veren konaklama tesisidir.
- Süllü Dağ Evi'nde dışardan işçi çalıştırılmamakta ve ailenin iki üyesi (Kemal Bey ve annesi) tarafından işletmenin faaliyetleri sürdürülmektedir. Sadece temizlik vb işler için Süllü yerleşmesinden bir kadın zaman zaman yardımcı olmaktadır.
- Süllü Dağ Evi'nde aynı anda 19 kişi konaklama yapabilmektedir. Yedi ayrı birimin olduğu tesiste, bir birim de Karadeniz'in geleneksel ev eklentisi olarak bilinen ve içerisinde fındık vb ürünlerin konulduğu bir nevi kiler işlevi olan yerden yaklaşık 1-1,5 m yükseklikte ayakların üzerinde inşa edilen serenti formunda inşa edilmiş ve oda olarak kullanılmaktadır.
- Buraya gelen ziyaretçiler aile sıcaklığında ve samimiyetinde ağırlandırmakta, yemek yeme ortamlarında kendi evlerindeki gibi yemek hazırlama faaliyetlerine katılabilmekte ve hep birlikte yemekler yenilmektedir.
- Buraya gelen ziyaretçiler, Anadolu'daki misafir ağırlama kültürüne uygun bir tarzda ağırlandırmakta, sıcak ve samimi sohbetler yapılmaktadır. Dolayısıyla şehir kültüründen, yapmacık ve içten olmayan davranışlardan kaçmak isteyenler için burası oldukça cazip gelmekte, buraya gelenler Karadeniz bölgesinin kırsal kesimindeki içtenliğini ve misafirperverliğini doyasıya yaşayabilmektedirler.
- Tesisin kapasitesinin küçük olması da buna katkı yapmaktadır. Çünkü bu işletmenin sahipleri aynı zamanda çalışanları olduğu için ve gelenlerle aralarında herhangi bir iletişim engeli olmadan direkt muhatap olmaktadır. Hatta buraya gelen bazı müşterilerin resepsiyonu sordukları ve olmadığını duyunca şaşkınlıklarını gizleyemedikleri, tesis işletmecisi tarafından ifade edilmiştir.
- Yeme-içme konusunda otellerin birçoğunda olduğu gibi herhangi bir saat sınırlaması bulunmamakta, misafirler günün herhangi bir saatinde bizzat kendileri istedikleri yemekleri pişirebilmek ve yiyebilmektedirler.
- Yemek çeşitleri içerisinde misafirlerin arzu ettikleri yemek çeşitlerinin yanı sıra bu yöreye özgü yöresel lezzetler de (kara lahana çorbası, dibleler, kavurmalar, tatlılar vb) sunulabilmektedir. Ayrıca ziyaretçiler sahanda köy yumurtalı serpme yayla kahvaltısı da yapabilmektedirler. Akşamları da lezzetli yayla etleriyle yapılan barbekü keyfi, ziyaretçilere sunulmaktadır. Geceleri, tertemiz yayla suları ve odun ateşiyle yapılan çay ve kahveler eşliğinde fotoğraf gösterimleri ve sohbetler yapılabilmektedir.
- Ziyaretçilerin en çok geldiği mevsim yaz, en çok geldikleri aylar ise temmuz ve ağustos aylarıdır.
- Buraya gelen ziyaretçiler, çevredeki yakın yerlere eşsiz doğa manzaraları ve güzel kokular eşliğinde trekking yapma olanağı yakalamaktadırlar. Trekking severler için burada kısa ve uzun parkurlar bulunmaktadır. Bunlardan birisinde Süllü'den hareket edip, önce Doğandüzü Mahalesi'ne oradan da Uzunalan Yaylası'na ve Susuz Yaylası'na gidilip, tekrar geri dönülmektedir. Bu trekking rotası oldukça uzun olup, yaklaşık sekiz saat sürebilmektedir. İkincisi Süllü'den Alçakbel mevkiine vasıtayla çıkılıp, Alçakbel Orman İçi Dinlenme Yeri'nden Belen Tepesi'ne oradan Çağman Yaylasına ve Sakar Alan Tepesi'nden Süllü'ye geri dönülmektedir. Bu da yaklaşık dört saat civarında sürmektedir. Süllü'den Kulakkaya Yaylası'na ve çevredeki başka doğal ortamlara ve yaylalara yürüyüş yapabilmek mümkündür.
- Buraya gelen ziyaretçiler kendi arabalarıyla Kulakkaya Yaylası'na, Alçakbel Orman İçi Dinlenme Yeri'ne, Ağaçbaşı Tabiat Parkı, Bektaş Yaylası'na ve Karagöl Dağları'na çoğunlukla işletmeci Kemal Bey refakatinde veya kendi imkanlarıyla gidebilme olanağına sahiptirler (Şekil 9).



Şekil 9. Süllü Dağ Evi'nin yakın çevresindeki turistik çekiciliklerden görünümüler.

- Süllü Dağ Evi'nde fotoğraf çekmeye ilgi duyanlar için workshoplar, fotoğraf çekme etkinlikleri ve foto safariler de gerçekleştirilmektedir. Kulakkaya Yaylası'na, Alçakbel Orman İçi Dinlenme Yeri'ne, Bektaş Yaylası'na, Gölyanı Yaylası'na ve Karagöl Dağları'na işletmeci Kemal Bey refakatinde foto safariler yapılabilmektedir. Bunun yanı sıra bu çevrede fotoğraf çekme etkinlikleri yapılabilmektedir (Şekil 10).



Şekil 10. Süllü Dağ Evi'nin yakın çevresinde yapılan fotoğraf çekme etkinliğinden bir görünüm.

- Böylelikle ziyaretçiler, bu çevredeki zengin bitki örtüsüyle bezeli harika manzaraları, doğal ortamları, dağları ve yaylaları görebilme ve fotoğraflama şansını yakalayabilmektedirler. Ayrıca bu çevredeki yayla ve obalardaki Karadeniz yayla kültürünün dikkat çekici güzellikleriyle (Yöresel yemekler, geleneksel yayla meskenleri, yayla yaşantısı vb) de karşılaşma imkanına ulaşabilmektedirler.

- Buraya gelen ziyaretçiler, çoğunlukla yerli turistlerden oluşmaktadır. İşletmeci ve aynı zamanda fotoğrafçılık konusunda eğitim veren Kemal Bey tarafından yılda 5 veya 6 defa yapılan fotoğraf çekme etkinliği ve workshop için gelenler ağırlıklı olarak yerli ziyaretçilerden oluşmaktadır. Yerli turistler içerisinde Ankara, İzmir ve İstanbul gibi büyükşehirlerden gelenler çoğunluktadır. Ayrıca Trabzon, Samsun ve Ordu gibi Karadeniz illerinden de gelenler bulunmaktadır. Bunun yanı sıra özellikle temmuz ve ağustos ayında Suudi Arabistan'dan gelen Arap turistler ağırlıklı olmaktadır. Bunun dışında az da olsa Almanya ve İngiltere'den gelenler de mevcuttur.
- Buraya gelen ziyaretçiler, en kısa 1 gün en uzun 10 gün ortalama ise üç gün kalmaktadırlar. Genellikle ziyaretçiler, bir tur güzergahı yapıp, bu güzergah üzerinde kaldıkları yerlerden birisi de Süllü Dağ Evi olarak gezilerini planlamaktadırlar. Yani burası onlar için bir durak noktası olmakta bir süre kaldıktan sonra turlarına devam etmektedirler.
- Ziyaretçiler içerisinde kadın ve erkek dağılımı hemen hemen eşit olmakta herhangi bir cinsiyet baskın durumda olmamaktadır.
- Ziyaretçilerin büyük bir kısmı aileleriyle gelenlerden oluşmaktadır. Az da olsa arkadaş gruplarıyla veya bireysel olarak da gelenler mevcuttur.
- Öğrenim durumu bakımından üniversite okuyan veya üniversite mezunu olanlar ağırlıktadır.
- Meslek olarak doktor, mühendis, eczacı gibi mesleklerde çalışanlar; medeni durum olarak evliler ağırlıktadır.
- Gelenler çoğunlukla ilk kez gelenlerden ondan sonra da ikinci kez gelenlerden oluşmaktadır.
- Ziyaretçiler buraya gelmeden önce bu çevre hakkında bilgi sahibi olmaya gayret etmekte ve bilgi kaynağı olarak da interneti kullanılmaktalar. Zaten Süllü Dağ Evi'nin kendine ait bir facebook sayfası bulunmaktadır. Bu gibi internet ortamlarında yapılan tanıtımlar, fotoğraflar ve olumlu yorumlar, ziyaretçilerin Süllü Dağ Evi'ni tercih etmelerinde oldukça önemli olmaktadır.
- Ziyaretçilerin buraya yaptıkları ziyaretten genellikle tatminkar oldukları anlaşılmaktadır.
- Burası dışında ziyaretçilerin en çok görmek istedikleri yerler, çevredeki Kulakkaya Yaylası, Bektaş Yaylası, Kuzalan Şelalesi Tabiat Parkı ve Karagöl Dağları olarak öne çıkmaktadır.
- Ziyaretçilerin Süllü Dağ Evi'ni tercih sebepleri arasında ilk sırada serin ve temiz havası olan Karadeniz yayla ortamı bulunmaktadır. Özellikle yaz mevsiminde kıyı kesimlerinin sıcak ve bunaltıcı havasından bunalanlar, hem serin hem sessiz hem de temiz hava ve suyun bulunduğu yayla ortamını tercih etmektedirler. Bunun yanı sıra özellikle fotoğraf workshopları için gelenler ise burada yayla kültürünü, yayla insanlarını ve manzaraları fotoğraflamak için gelmektedirler.
- Ziyaretçilerin büyük çoğunluğu kendi araçlarıyla karayoluyla ve Karadeniz turuna çıkanlardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra önce Ordu-Giresun Hava Limanı'na ve sonra karayoluyla (havayolu+karayolu) da buraya gelenler mevcuttur.
- Ziyaretçilerin burada en çok beğendikleri şeylerin başında doğal ortam gelmekte, bunu sessizlik, sakinlik, sıcak ve samimi aile ortamı ve yemekler takip etmektedir.
- Ziyaretçiler, doğal ortama, yeme-içme durumuna, etkinliklere, yöresel ve kültürel çekiciliklere çok iyi ve iyi şekilde olumlu puanlar verirken, ulaşım durumuna orta ve kötü puan vermektedirler.
- Ziyaretçilerin büyük bir kısmı buraya bir daha gelmek istediklerini ve gittiklerinde çevrelerine burayı ziyaret etmelerini tavsiye edeceklerini belirtmişlerdir.

Süllü Dağ Evi ve yakın çevresinin sürdürülebilir turizm bakımından güçlü ve zayıf yönleriyle değerlendirmesi gereken fırsatlar ve kaçınılması gereken tehditlerle ilgili olarak bir swot analizinin yapılmasının yararlı olacağı kanısındayız.

Süllü Dağ Evi ve yakın çevresinin sürdürülebilir turizm bakımından sahip olduğu güçlü yönler:

- Bulduğu çevrede doğallığını büyük ölçüde koruyan ve harika manzaraların olduğu doğal ortamların varlığı
- Serin ve temiz havası olan yayla ortamı

- Baştan ladin olmak üzere iğne ve geniş yapraklı ağaçlarla kaplı ormanlık sahaları
- Sağlıklı ve temiz kaynak suları ve derelerin bulunması
- Karadeniz kültürünün günümüzde de varlığını sürdüren örneklerinin bulunması
- Geleneksel yayla meskenlerinin bulunması (yayla evleri, serentiler, fırınlar vb).
- Karadeniz mutfağına özgü yöresel lezzetlerin (kara lahana çorbası, dibleler, turşu ve kavurmalar, yayla kahvaltısı vb) bulunması
- Kulakkaya Yaylası, Kümbet Yaylası ve Bektaş Yaylası gibi yayla turizm merkezlerine olan yakınlık
- Alçakbel Orman içi Dinlenme Yeri ve Kuzalan Şelalesi Tabiat Parkı gibi koruma ve rekreasyon alanlarına olan yakınlık
- Bu çevrede kültür varlığı olarak tescil edilmiş Süllü 1, Süllü 2, Pınarlar, Çifteler kemer köprülerinin bulunması ve tarihi kilise kalıntılarının bulunması
- Süllü Dağ Evi'nde sıcak ve samimi aile ortamının olması
- Ziyaretçilere kendi evlerindeymiş hissini yaşatılması
- Ziyaretçilerin kendilerinin istedikleri yemekleri yapabilme imkanlarının olması ve yemek saatinin belli bir süreyle sınırlı olmaması
- Doğal ortamlarda trekking yaparken, bu çevreyi iyi bilen işletme sahibinin rehberliğinde bunu yapabilme olanağının bulunması
- Bu çevrede her mevsim trekking, bisiklet safari, foto safari gibi ekoturizm etkinliklerinin yapılabilir olması (Şekil 11).



Şekil 11. Süllü Dağ Evi ile Kulakkaya yaylası arasında kış mevsiminde gerçekleştirilen trekking etkinliğinden bir görünüm.

- Az sayıda ziyaretçi ağırlanmakta, düşük düzeyde çevresel etkiler olmakta ve çevrenin doğal ve kültürel değerlerinin tanıtılmasına ve sahiplenilmesine katkı sağlamaktadır. Bu durum sürdürülebilir turizm ilkelerine uygunluk arz etmektedir.
- Süllü yerleşmesine ekonomik anlamda katkı sağlanmakta ve böylece sürdürülebilir turizmin en önemli ilkelerinden “bulunduğu çevrede yerel halkın ekonomik durumuna katkı yapma” ilkesine uygunluk arz etmektedir.
- Buraya gelen ziyaretçilerle bu çevredeki insanların karşılaşması ve kaynaşması mümkün olabilmekte böylece kültürlerin buluşmasına ve birbirlerini daha iyi tanımalarına olanak sağlanmaktadır. Böylece sadece doğal çevrenin değil kültürel çevrenin de korunması ve yayla kültürünün yaşatılmasına da yarar sağlanmaktadır. Bu durum da sürdürülebilir turizmin ilkelerine uygunluk arz etmektedir.

- Gelen ziyaretçilere fotoğraflar eşliğinde bu çevre gösterilmekte ve anlatılmaktadır. Böylelikle bu çevrenin doğal ve kültürel kaynak potansiyeli hakkında ziyaretçilerin bilgi edinmesine ve bu çevrenin değerini anlamalarına katkı sağlanmaktadır.
- Süllü Dağ Evi'ndeki yiyecek malzemelerin bir kısmı başta Süllü olmak üzere bu çevreden sağlanmaktadır. Bu da yerel ekonomiye ve sürdürülebilir kırsal kalkınmaya destek olunmasına ön ayak olmaktadır.
- Süllü Dağ Evi'nde kaynak israfına gidilmemiş ve öncelikle halihazırdaki ev kullanılmıştır. Daha sonra kapasite az da olsa artırmak için bu çevreye uygun mimaride (serenti) şeklinde bungalov oda yapılmıştır. Bu durum da çevreye duyarlı olmanın ve sürdürülebilir çevre ve kaynak yönetimine uygunluk arz etmektedir.
- Facebook sayfasının olması ve internetten burası hakkında bilgi edinilebilmesi
- Fotoğraf workshopların yapılması
- Ordu-Giresun Hava Limanına 87 km mesafede yer alması nedeniyle Türkiye'nin birçok yerinden erişilebilir olması
- Giresun Merkez'den Kulakkaya Yaylası'na kadar asfaltla kaplı yolların bulunması

Süllü Dağ Evi ve yakın çevresinin sürdürülebilir turizm bakımından sahip olduğu zayıf yönler:

- Süllü Dağ Evi'nin ana binasının betonarme olması
- Bu durum “dağ evi” konseptine uygun olmasa da evin daha önceden yapılmış aile evi olması nedeniyle ve eldeki imkanların kısıtlı olması nedeniyle bu şekilde kalmıştır. Ancak işletme sahibiyle yaptığımız görüşmede bu evi yayla ortamına ve dağ evi konseptine uygun hale getirmeyi planladıklarını ifade etmektedir.
- Süllü Dağ Evi'ne erişmek için kullanılan Giresun-Şebinkarahisar karayolunun günümüzde (2017 yaz mevsimi) tünel yapımı ve iyileştirme çalışmaları nedeniyle yer yer sıkıntılı olması
- Dereli-Süllü Dağ Evi yolundaki virajlar ve eğimli yolun, sürüş açısından zaman tehlikeli durumların oluşmasına hatta ölümlü kazalara yol açması
- Yaz mevsiminde özellikle Kulakkaya Yaylası'na, Bektaş Yaylası'na, Alçakbel Orman İçi Dinlenme Yeri'ne ve Kuzalan Şelalesi Tabiat Parkı'na Giresun Merkezden ve diğer yerlerden gelenlerin artması nedeniyle bu çevredeki araç ve insan baskısının artması
- Süllü Dağ Evi'nde işletme anlayışında profesyonelleşmenin yetersiz olması
- Böcek ve haşeratların odalarda zaman zaman bulunması
- Enerji tasarrufu, yakıt kullanımı, atıkların geri dönüşümü konularında yetersizliklerin olması
- 1300'lerde yer alması nedeniyle kış mevsiminin uzun sürmesi ve buna karşılık kış turizmi aktivitelerinin sınırlı olması

Süllü Dağ Evi ve yakın çevresinin sürdürülebilir turizm bakımından değerlendirmesine yönelik fırsatlar:

- Yayla turizmi, ekoturizm, dağ turizmi gibi sürdürülebilir turizm türlerine yönelik ilginin artması
- Serin ve temiz havası, zengin orman varlığı ve berrak akan temiz su kaynaklarıyla Karadeniz yayla ortamlarına olan ilginin artması
- Karadeniz yayla kültürüne olan ilginin artması
- Karadeniz bölgesine yönelik son yıllarda artan Arap turistlerin ilgisi.
- Nitekim Uzungöl ve Ayder Yaylası gibi yerlerde konaklamak için yer olmaması nedeniyle ziyaretçilerin bu bölgeye yönelik rezervasyonlarının arttığı görülmektedir.
- Yeşil yol güzergahında bulunması
- Devletin Karadeniz Bölgesi'ne yönelik turizmi geliştirme amaçlı plan, proje ve stratejilerinin olması
- Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı'nda bu çevrenin “Yayla Turizmi Gelişim Koridoru” olarak öngörülmüş olması

- DOKAP ve DOKA gibi kuruluşlarının bu bölgedeki turizmi geliştirmeye yönelik çalışmalarının olması
- Süllü Dağ Evi'ne de erişimin sağlandığı güzergah olan Giresun-Şebinkarahisar yolunun daha kaliteli hale getirilmesine yönelik çalışmaların bulunması

Süllü Dağ Evi ve yakın çevresinin sürdürülebilir turizm bakımından değerlendirmesine engel olabilecek tehditler:

- Süllü Dağ Evi gibi küçük turizm işletmelerine yönelik devlet desteğinin az olması
- Karadeniz Bölgesi'nde son yıllarda Trabzon, Artvin ve Giresun'da zaman zaman görülen bölücü terör örgütlerinin eylemleri
- Bu çevrede kış turizminin geliştirilmesine yönelik tesisleşmenin olmaması
- Bu yol güzergahında zaman zaman görülen ölümlü ve maddi hasarlı trafik kazaları
- Yaz mevsiminde özellikle hafta sonlarında arabalarda yüksek sesle müzik dinleme, silah atılması gibi gürültü kirliliğine yol açan faaliyetlerin olması

5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Süllü Dağ Evi, Kulakkaya Yayla Turizm Merkezi'nin hemen yakınında (5,3 km) yer alan, küçük boyutlu (19 yatak kapasiteli) bir aile işletmesidir. Buraya gelen ziyaretçiler aile sıcaklığında ağırlandırmakta, hep birlikte yemekler birlikte hazırlanıp, aynı ortamda yenmektedir. Ziyaretçiler, hem serin ve temiz havası olan yayla ortamında tatil yapma olanağı yakalamakta, hem de çevredeki zengin bitki örtüsüyle bezeli harika doğal ortamlarda trekking, foto safari, bisiklet safari gibi ekoturizm aktivitelerini yapabilmektedirler. Ayrıca yayla yemekleri, yayla meskenleri gibi Karadeniz yayla kültürüne özgü çekicilikleri deneyimleyebilmektedirler. Süllü Dağ Evi işletmesinde hakim olan konsept, ziyaretçilerin yayla ortamında aile sıcaklığında bir tatil yapabilmelerine olanak sağlamaktadır. Bu konseptin oluşmasında kapasitesinin az olması oldukça önemli bir etkidir. Bunun yanı sıra Süllü Dağ Evi'nde, buraya gelen ziyaretçilere, fotoğraf çekme etkinlikleri, çevre gezileri yapılmakta ve böylece onların bu harika doğal ortamı tanımaları sağlanmaktadır. Dolayısıyla ziyaretçilerde doğal ortamın kıymetini bilme, doğayı koruma ve sahiplenme bilincinin yerleşmesine de katkı sağlanmaktadır. Ziyaretçiler, bu çevredeki Karadeniz yayla kültürünü gözlemleyebilmekte, etkileşim kurabilmekte ve yerel halkla iletişim kurabilmektedir. Bu da kültürel kaynaşmanın ve birlikteliğin yaşanmasına yardımcı olmaktadır. Süllü Dağ Evi işletme anlayışında, az sayıda ziyaretçi ağırlandırmakta, çevresel etkilerin asgari düzeyde tutulmasına çalışılmakta, çevresel kaygılar dikkate alınmaktadır. Ziyaretçilere sunulan yiyecekler bu çevreden temin edilmeye çalışılmakta, kaynak israfı yapılmamasına özen gösterilmektedir. Böylelikle bu çevrede yaşayan yerel halka ekonomik olarak destek olunmasına gayret edilmektedir. Bütün bunlar sürdürülebilir çevre, sürdürülebilir kaynak yönetimi ve sürdürülebilir kalkınma açısından olumlu gelişmelerin olmasına zemin hazırlayabilme potansiyeli taşımaktadır. Doğal çevrenin sahiplenmesine olan katkısıyla, yerel halka katkı sağlanmasına olan desteğiyle, düşük kapasiteli ve çevresel etkilerin asgari düzeyde olmasına özen gösterilmesiyle, yapılan trekking ve foto safari aktivitelerinin çevreci anlayışa uygun olmasıyla, Süllü Dağ Evi işletmesinin sürdürülebilir turizme önemli ölçüde elverişli olduğunu ifade edebiliriz.

Süllü Dağ Evi ve yakın çevresinde daha önce ifade edilen ve sürdürülebilir turizme uygunluk arz eden özelliklerin yanı sıra bu bağlamda çeşitli eksiklikler ve yapılması gerekenler de söz konusudur. Öncelikle Süllü Dağ Evi'nin ismine uygun bir şekilde altyapısının oluşturulması gerekmektedir. Nitekim başta ana binanın yayla ortamına özgü hale getirilmesi, kalite ve konforun artırılmasına, samimiyeti ve aile sıcaklığını elden bırakmadan hizmet kalitesinin yükseltilmesi yararlı olacaktır. Ayrıca su ve enerji tasarrufu, yakıt tüketimi, atıkların geri dönüşümü konularında daha profesyonel ve çevreci bir anlayışın tesiste hakim kılınması gerekmektedir. Bunun yanı sıra tesisin kapasitesinin sürdürülebilir bir şekilde az da olsa artırılması yararlı olabilir. Bunu yaparken işletme sahibinin de hedefi olan geleneksel Karadeniz mimarisine uygun bir şekilde serenti şeklinde bungalov odaların yapılmasına özen gösterilmelidir. Ziyaretçiler için istenmedik durumların azaltılması (böcek ve haşerelerle mücadele edilmesi vb) da gereklidir. Bunlara ek olarak bu çevrede yaz mevsiminde özellikle hafta sonlarında artan insan ve taşıt baskısı, gürültü kirliliği, çöp kirliliğine karşı önlemlerin

alınması, virajlı ve eğimli yollarda uyarıcı levhaların artırılması, yol kalitesinin iyileştirilmesi, özellikle yoğun dönemlerde acil durumlarda müdahale edilebilmesi için güvenlik tedbirlerinin artırılması, geçici veya seyyar güvenlik ve sağlık kuruluşlarının oluşturulması da önem arz etmektedir. Bunlara ek özellikle 6-7 ay süren kış mevsiminin atıl bir şekilde geçirilmesinin önüne geçilmeli, kış turizmini canlandıracak kayak tesisleri gibi alt ve üstyapı tesisleri kurulmalıdır.

Sonuç olarak şunu söylemek gerekirse Süllü Dağ Evi'nin bulunduğu ve çevresinde Giresun'un en tanınmış ve en çok rağbet gören yayla turizm merkezlerinin olduğu yayla ortamlarında başta yayla turizmi olmak üzere ekoturizm, dağ turizmi, kış turizmi, kültür turizmi gibi sürdürülebilir turizm aktivitelerinin sürdürülebilirlik ilkesi göz önünde tutularak canlandırılmasına gayret edilmelidir. Dolayısıyla bu çevrede bu anlayışın hakim olduğu konaklama tesislerinin varlığı ve yaygınlaştırılması önem arz etmektedir.

Böylelikle bu çevredeki nadide Karadeniz doğası ve kültürü, gelişigüzel ve kısa vadeli planlamalarla değil, uzun vadeli, hem çevreyi, hem kültürel ortamı hem de yerel halkı önemseyen ve turizmin etkileşiminde olan bütün paydaşlarının katılımıyla güçlenecek planlamalarla gelecek nesillere taşınabilecektir. Doğaya uyumlu konaklama tesislerinin varlığı, hem doğanın korunmasına hem de turizmin sürdürülebilir bir biçimde geliştirilmesine de katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Altıntaş, V. (2007), “Türkiyedeki Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilir Turizm Açısından Değerlendirilmesi”, *Çeşme Ulusall Turizm Sempozyumu* (21-23 Kasım 2007), s. 754-760, İzmir.
- Aytaç, H.T., (2016), *Konaklama İşletmelerinde Nakit Yönetimi ve Bir Araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Demir, M., (2014), *Sürdürülebilir Turizm ve Otel İşletmeleri*, Metin Kozak (Edit), Sürdürülebilir Turizm (Kavramlar-Uygulamalar), Detay Yayıncılık, s.173-190, Ankara.
- Demir, C. ve Çevirgen, A., (2006), *Ekoturizm Yönetimi*, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Erdoğan, N., (2003), *Çevre ve (Eko) turizm*, Erk Yayınevi, Ankara.
- Fatsa, M., (2010), *XV ve XVI. Yüzyıllarda Giresun (Sosyal ve Ekonomik Hayat)*, Giresun İl Özel İdaresi Kültür Serisi-1, Bilge Ajans Yayın Matbaa, Ankara.
- Resmi Gazete, (2017), Turizm Yatırım ve İşletmeleri Yönetmeliği <http://www.resmigazete.gov.tr> (Erişim Tarihi: 18.08.2017).
- Sezer, İ., (2015). “Doğu Karadeniz’de Gelişme Potansiyeli Yüksek Bir Yayla Turizmi Merkezi: Kulakkaya Yaylası”, *Doğu Coğrafya Dergisi*, 20(34), 89-115.
- Sonuç, N., (2014), *Sürdürülebilir Turizm Tanımı ve İçeriği*, Metin Kozak (Edit), Sürdürülebilir Turizm (Kavramlar-Uygulamalar), Detay Yayıncılık, s. 13-28, Ankara.
- TÜİK, (2017), Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, www.tuik.gov.tr. (Erişim Tarihi:18.07.2017).

KAZAKHSTAN AND NEW-FORMAT RESTAURANTS IN THE GREAT SILK ROAD

Dina KHAZH GALIYEVA

Master, M.Kh.Dulaty Taraz State University, Faculty of Technology
dina-mx@mail.ru

Minura BOZH YMBAEVA

Master, Taraz school №46, teacher
dina-mx@mail.ru

Raihan ABUTOVA

Master, M.Kh.Dulaty Taraz State University, Faculty of Technology
dina-mx@mail.ru

Abstract

Kazakhstan stands on the Great Silk Road, on the route of which the highway Western Europe-China is built. From year to year, the passenger flow is increasing along this highway. The provision is required of food throughout the entire route. The authors propose a restaurant project using innovative green technologies: the use of solar energy, non-waste technology of cooking food, self-supply of clean water. In this restaurant, unique conditions for recreation and unity with nature can be created. The climate of Kazakhstan is sharply continental; therefore it is possible to use infrared radiation from solar batteries. The panorama around the restaurant should be represented by unique natural landscapes. The interior decoration of the restaurant should reflect the traditions and way of life of the Kazakh people, who always took care of nature. Depending on the season, the interior of the restaurant will change. Eco-friendly food should be used. It is also planned to organize ecotourism routes to the nearest mountains. All this will allow guests to get a full picture of Kazakhstan as a country with a preserved biosphere in Central Asia.

Key words: restaurant, green technologies, traditions, unique natural landscape, Great Silk Way, unique natural landscapes.

1. INTRODUCTION

In our time, the Silk Road begins its revival on the initiative of the President of Kazakhstan, NA Nazarbayev. At the 25th plenary session of the Foreign Investors Council under the President of Kazakhstan N. Nazarbayev, said: "Kazakhstan should revive its historical role and become the largest business transit hub of the Central Asian region, a kind of bridge between Europe and Asia." According to the decision of UNESCO on the implementation of the international program "The Great Silk Road is the path of dialogue, mutual understanding and rapprochement of cultures." This program attracts attention of the world community and lovers of travel to the historical role and to the Silk Road itself, giving impetus to the development of tourism along the places of ancient caravan routes. An article was published by the Head of State of Kazakhstan in April 12, 2017, aimed at modernizing public consciousness. To preserve and increase spiritual and cultural values is the main goal of the work on the program article of the president of "Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру" ("A Course in the Future: Spiritual Renewal"). On the road to modernization, we should remember the skills of our ancestors. Pragmatism means an accurate knowledge of their national and personal resources, their economical expenditure, the ability to plan their future. Based on the published article, Kazakhstan's ecological tourism is developing at a rapid pace. So in Taraz on November 11, within the framework of the program "Рухани қазына", the four-day international forum "Ancient Taraz-2017" was launched for the first time, the purpose of which is to develop the potential of the tourism industry in the Zhambyl region. The organizer of the grandiose event is the enterprise management and industrial and innovative development of the akimat of Zhambyl region. In the first two days within the forum for the invited Chinese and Kazakh tour operators who will be able to attract tourists to our region, information tours were organized in order to get acquainted with the unique places of our region and the city of Taraz. They show significant sights of our region: nature reserves, archeological excavations, historical museum, national cuisine is offered. On November 12, within the framework of

the tourism forum, an exhibition of manual work was held by Zhambyl, Uzbek and Kyrgyz artisans. The organization of the forum attracted the Kazakhstan Tourism Association with many years of experience in the tourism sector. According to the manager of the Kazakhstan Tourism Association Shakira Adilbekova, the tourism forum has never been held in Kazakhstan, Taraz was the first organizer (Zhambyl-Taraz Media №. 46 (1386) on November 15, 2017).

2. LITERATURE REVIEW

2.1. Ecological Tourism in Kazakhstan

Ecological tourism is currently a priority sector and contributes to the sustainable development of the economy. Analysis of the tourist market of Kazakhstan conducted by the Kazakhstan Tourist Association (KTA) and IPK experts showed that Kazakhstan possesses a huge untapped nature potential with a large number of national parks and reserves, as well as an outstanding cultural heritage. Studies conducted in European countries (Germany, Great Britain, France, South Korea and Japan) showed that there is a high interest among foreigners for ecological tours in Kazakhstan.

Kazakhstan can be compared to a tourist diamond, which has great tourist opportunities and is looking forward to further changes to create a global competitiveness. Today Kazakhstan offers specialized, extreme tours, as well as tours along the Silk Road in combination with other countries. But existing tourist products are not in high demand and are not promising. A promising tourist product should be focused on quality provision within the country.

Kazakhstan has two tourist products, which have the potential for future development: it is "business tourism" and "ecological tourism. As the statistics and the real state of affairs show, most foreigners today visit our country for business purposes.

The main tourist product of Kazakhstan is ecological tourism, which has weak competitiveness in the international market. It occupies the best position in the world tourism market and should be one of the key for development in Kazakhstan. For this we offer our natural resources, amazing in its beauty untouched landscapes. However, ecotourism is not a priority for the state tourism policy. This kind of tourism, which carries a pronounced social aspect, not identified in one strategic state document. KTA, representing the interests of the tourist market, clearly understands that ecotourism can bring income both to the budget of the country and to the tourist market. KTA conducted a preliminary assessment of the potential for ecotourism development in Kazakhstan. Based on the results of the work done, it became clear that ecotourism needs development and close attention. Moreover, each region of the republic has unique natural resources for the development of ecotourism (table 1).

We try to meet the demand for a growing segment of the tourist market - ecotourism. To meet the requirements of the market, such forms of accommodation have been developed, where tourists can get acquainted with local traditions and culture; enjoy a stay near nature conservation areas. Tourists visiting the regions are provided with traditional dishes that meet the minimum standards of quality, safety, hygiene, comfort and are environmentally friendly. Tourists have access to the unique, wild nature and biodiversity of national parks and reserves and can feel the national flavor of Kazakhstan.

The key to success is the flexibility of the ecotourism package. The package of trips is formed on the request of the client with a trip to different regions with different cultures. So that they do not choose: horseback riding in the mountains, relaxing on the beach or rafting, there are always options for tours of different lengths.

Achieving the goal of becoming recognizable and in demand for ecotourproduct in Kazakhstan is possible through:

- Selection, definition and creation of the best ecotourproduct;
- Assistance in developing a quality product through well-designed trainings and experience exchange;
- Effective provision of reliable information through a process aimed at customers;
- Effective development of tourism in harmony with nature;

- Systematic work with all partners;
- Own development, the result of which will be the best coaches, partners, professionals.

At present, foreign tourists and employees of foreign companies and companies show their interest in Kazakhstan ecotourism. The most popular ecological places of Kazakhstan are several. Zhabagly (South-Kazakhstan region) - a beautiful village, located at the foot of the mountains. The village of Zhabagly is located near the beautiful reserve Aksu-Zhabagly. Ugam (South-Kazakhstan region) is a land of diverse landscapes at the intersection of ancient caravan routes. The history of the formation of the Kazakh state is reflected in the monuments of medieval architecture. Mild and warm climate, hospitable hosts of guest houses, reserved corners of wild nature - all this is when visiting the Ugam region. - Kokshetau (Akmola region) is striking with its beauty lakes with fantastic stone sculptures, pine forests, "dancing birches", have become an inspiration for many poets. The history of northern Kazakhstan is reflected in numerous monuments of medieval architecture. Ecological routes along the nature trails will help restore health and gain vitality. Korgalzhin (Akmola region) - the edge of thousands of lakes and a channel, located on the boundless steppes of the Sary-Arka. Many species of birds have found a home on the Korgalzhyn reservoirs, including the pink flamingo. The Korgalzhyn Reserve is included by UNESCO in the number of places that are the World Natural Heritage. Comfortable guest houses are located in 2 hours drive from the capital of Kazakhstan, Astana. Lepsinsk (Almaty region) is a quiet and cozy aul located at the foot of the Dzhungar Alatau Mountains.

Zyryanovsk (East Kazakhstan region) is a quiet and cozy city, located at the foot of the Altai Mountains. The region is famous for its apiaries, where the most delicious honey is obtained. The guest houses of the locals are an ideal starting point for horseback riding and hiking through picturesque places. Alakol (East Kazakhstan region) is the healing waters of the lake, raising vitality. Magnificent beach holidays, unforgettable excursions to the habitats of countless birds, will allow you to fully enjoy your rest. Accommodation in guest houses is an excellent opportunity to plunge into the quiet, measured rural life.

Katon - Karagai (East Kazakhstan region) are the protected corners of the Kazakh Altai. Majestic coniferous forests, turbulent rivers are flowing into the purest lakes. The region is struck by the virginity of natural complexes. Local people live in harmony with nature and carefully preserve it. Having visited the region you can for a while join the nature, feeling its greatness. Ridder (East Kazakhstan region) is high in the mountains of western Altai; in the middle of wide valleys a fairy tale about giant's stones was born. Amazing forms of weathering rock form a sense of magic. Karkaraly (Karaganda region) - "Kazakhstan's Switzerland". Mountains are dotted with pine trees and crystal clear lakes, sung by poets Karkaraly, striking with its beauty.

The greatest interest is enjoyed by foreign consumers of the steppe safari, namely trips by jeeps through the steppes and national hunting. For this type of tourism in Kazakhstan there are 20 landscape zones represented by steppes with salt and fresh lakes. To attract foreign tourists to Kazakhstan, there are all the necessary resources and a certain infrastructure.

The main advantages of ecological tourism, which provided its rapid development in the modern world, are the sustainable development of the territories involved in the ecotourism sphere, the nature protection nature of ecotourism programs and technologies, the use of market mechanisms for the formation of the ecological outlook of the population.

The sustainable development of the territories involved in the sphere of ecological tourism is provided by the creation of a tourist infrastructure, the organization of new jobs, the involvement of the local population in the service sector, as a result of which the living standard of the local population rises, and its anchoring is established in the original territory. The environmental nature of ecotourism is the mandatory preservation of the diversity of flora and fauna of recreational regions. To achieve this goal, environmental technologies developed by the practice of ecological tourism are used, as well as scientific recommendations of fundamental and applied science. The big role in protection and

restoration of recreational territories is played by the finance received from tourists and allocated by the various organizations. (Baikanov D.E., 2012).

The ecological outlook of the population of recreational areas is formed by their involvement in the service of tourist routes, where the locals act as guides and instructors, animators, participants in folklore ensembles, territory cleaners, etc. Only when local people are convinced of the recreational appeal of their natural landscape, they realize that it has an ecological and aesthetic value and can bring material benefits; they come to the idea of protecting it. Understanding that economically predatory use of natural resources can withdraw their territory from the sphere of recreational use is an incentive and an incentive for its protection and ration

2.2. Along the Silk Road

The Great Silk Road is a unique historical monument of human civilization. For centuries, trade on the ancient caravan route contributed to the development of the economy and culture of the countries of the East and West peoples of Eurasia. Its value is invaluable in our times, as modern tourism connects today trade and business with cultural dialogue, promoting mutual understanding and peace between peoples. The Silk Road promotes the establishment of multilateral ties between the 24 countries participating in the Silk Road Initiative. The idea of implementing the Initiative to develop cooperation and promote tourism on the Silk Road was born 15 years ago, and was consolidated in the 1994 Samarkand Declaration. Since then, the Declaration of Khiva was adopted in 1999, and the Bukhara Declaration in 2002. The Astana Declaration on the Silk Road was adopted in 2009 in the framework of the 18th Session of the UNWTO General Assembly, and Almaty in 2008 during the III Forum of the Mayors of the cities "Silk Road".

The implementation of these measures contributed to the economic growth and integration of the countries of the Eurasian space, which is the main region of the Silk Road, closing its three main poles: China, Russia and the Persian Gulf. Kazakhstan, located in the center of Eurasia, is the connecting bridge between these poles and the countries of the Central Asian region: Kyrgyzstan, Uzbekistan, Tajikistan and Turkmenistan, as well as the main transit corridor on the way to access the main markets of the countries of the Silk Road. The geostrategic location of Kazakhstan in the heart of Eurasia contributes to the importance and importance attached to the revival of tourism on the Silk Road as the basic basis of tourism policy. In 1997, as part of the implementation of the transcontinental project of UNWTO, UNESCO and UNDP "The Silk Road - the Path of Dialogue", the first studies of tourist potential were conducted in Kazakhstan. Based on the results of these studies, the State Program "Revival of the historical centers of the Silk Road, preservation and successive development of the cultural heritage of the Turkic-speaking countries, the creation of the tourism infrastructure" was developed and approved by the Decree of the President of the Republic of Kazakhstan. Almaty – Turkestan - Tashkent - Samarkand - Bukhara - Urgench - Mary-Ashgabat - Almaty.

The Kazakhstan section of the Great Silk Road is a unique complex of monuments of history, archeology, and architecture, urban and monumental art, today there are 22 ancient sites, including castles of rulers. Two unique monuments of antiquity are included in the UNESCO World Heritage List: the mausoleum of Khoja Ahmed Yassau in Turkestan and the archaeological complex "Tamgaly" near Almaty. Among the important tourist routes along the Silk Road an important place is given to the cities of Almaty, Taraz, as well as Turkestan and Otrar. (K. Baypakov, R. Nasyrov, 1991)

It is necessary to develop the potential of the products of the Silk Road, which includes:

- Creation and development of joint tourist products, which involve visits to several countries / places;
- The development of arts and crafts in order to preserve the rich cultural heritage of the Silk Road;
- Development and implementation and promotion of joint strategies, programs and marketing;
- Formation and enhancement of the tourist image of the countries of the Central Asian region and the CIS within the framework of tourism along the Silk Road.

The Silk Road is one of the best world-class brands and the planning and controlled development of tourist resources and products along the entire Silk Road route are important for obtaining economic benefits from tourism by all the countries of the Silk Road.

2.3. Opportunities for Ecotourism in Zhambyl Region

Natural opportunities for ecotourism along the Turkic course of the Silk Road at the foot of the Talas Alatau in the Zhambyl region are great. The vast expanses of the Eurasian steppes of Kazakhstan, fringed in the south by the high mountains of the Tan Shan, played a special role in the history of civilization. In the Semirechye and in the south of Kazakhstan, at the foot of the ridges of the Western Tan Shan, the Turkic course of the Great Silk Road is the unique achievement of mankind, connecting the East and the West - passed. The Turkic movement flourished in the 6th-12th centuries, which led to the emergence and flourishing of numerous cities and settlements, among which the largest were Suyab, Ispidzhab and Taraz.

Currently, the construction of the international highway Western Europe - Western China, which is being laid along the route of the Great Silk Road, is coming to an end. It is expected that the route will give the second birth of the ancient highway, as it will make the southern regions of our country more accessible and visited, and will also provide an opportunity for the development of a complex of services for servicing travelers on the motorway. A special attraction for tourism is created by the combination of a rich history of the region with the unique nature of the mountains of the Western Tan Shan, along the ridges, which was the route of the Silk Road. The city of Taraz, the administrative center of the Zhambyl region, is called the "northern gateway" to the Western Tan Shan. This vast mountainous country, located in Central Asia, occupies the territory of 3 countries: Kazakhstan, Kyrgyz Republic and Uzbekistan. The northern slopes of the Talas Alatau, part of the Ugam Range, the northern slopes of the western extremity of the Kyrgyz Alatau and the lowland system of the Karatau ranges belong to the Kazakh part of the Western Tan Shan. (Semenov-Tian-Shansky 2012).

The Zhambyl region is included in the State Program "Revival of the historical centers of the Silk Road, preservation and successive development of the cultural heritage of the Turkic-speaking countries, the creation of tourism infrastructure" and has great opportunities for the development of tourism, both domestic and international. Through it was a section of the Great Silk Road (Sairam-Taraz-Aksholak-Akyr-tobe-Kulan-Merke-Shu-Aspara-Kordai), along which the most interesting monuments of history and culture are located. 5 monuments located on the Great Silk Road are included in the list of the World Cultural Heritage of UNESCO (Aktobe settlement of Shu district, fortification of Ornek, Kulan of T.Ryskulov district, fortress of Kostobe Bayzak district and complex of Akyrtas Zhambyl district).

The main priority of tourism development is the project "Ancient Taraz". Within the framework of the international specialized exhibition EXPO-2017, work was carried out to implement this project. The project is located in the central part of the city of Taraz on an area of about 20 hectares. A single ensemble of objects in the ancient Eastern style was created (in terms of participation in excavations of ancient civilization, a museum with artifacts found, oriental bazaars and a city of masters, hotels and shopping centers, etc.).

Today in the region there are 42 travel agencies, a yurt camp, a health complex, 5 recreation zones, 10 children's health camps, 5 sanatorium resorts with unique curative mud and mineral waters.

Tourist firms of the region are developing tourist routes in the Zhambyl region. In particular, such routes as "Pearls of ancient Taraz", "Secrets of Akyrtas", "On trails of skies" - excursion to the museum-reserve "Aksu Zhabagly", tour "On the Great Silk Road" by the tourist company "TARAZ TRAVEL". Tourist routes of the tour center "Golden Caravan", "Ancient Taraz Today", "Architectural Monuments", "Mysteries of Akyrtas", "From snowy peaks to sand dunes". Route Kazakh ayil "Koksay" travel company "Taraz Damu."

"Rural tourism" is gaining momentum in the republic. Rural tourism is the subject of mutual influence and mutual enrichment with various spheres of society. This direction really allows you to include the

mass of the population living in rural areas and preserve the local flavor, custom, way of life and culture. Analysis of the situation with the development of rural tourism in the Republic of Kazakhstan shows that the potential of Kazakhstan is rich and unique and not inferior to neighboring countries in terms of climatic conditions, unique monuments of history, culture and architecture, and this leads to the conclusion that it is on the Kazakhstani land that oases will be deployed ecotourism.

Infrastructure projects are being implemented in the Zhambyl region, such as the section of the international highway "Western Europe - Western China". In the area along the international transit corridor "Western Europe - Western China", there are places for the construction of roadside service complexes, of which only 1 complex is completed.

In modern conditions of development of the world economy, tourism and, including hotel and restaurant business, is becoming one of the leading and dynamically developing industries. According to the world ranking, tourism ranks fourth in world exports of goods and services, second only to exports of cars, chemicals and fuel.

An important aspect of the modern concept of ecotourism is the design of tourist facilities, taking into account the vulnerability of natural sites, the use of environmentally friendly technologies, including alternative energy sources, safe disposal of waste.

Ecotourism involves the reception of relatively small groups of tourists in order to minimize negative loads on the natural environment. At the same time, a sufficient flow of money is expected from the tourism industry. The expected economic effect can be achieved by creating a sufficient number of small tourist centers and dispersing the flow of tourists on different routes.

The nature of the region, where broad steppes adjoin high mountain ranges, forming diverse landscapes of wild nature, historical monuments along the Silk Road route create excellent conditions for the development of ecological tourism, including the development of hotel and restaurant business. (Sokolov V.Ye., Syroechkovsky E.E, 1991).

Innovative approaches in the development of tourism and restaurant and hotel business are based on the involvement of universities in the process of forming "smart", "green", "technological" forms of organizing tourism activities, among which the priority is the development of ecological parks on the territory of universities. (zhambyl.gov.kz).

The Zhambyl oblast is one of the most promising regions of Kazakhstan for the development of rural tourism.

Clean air, nature - all this greatly contributes to a good rest of the opportunity for the townspeople to improve their health. Close acquaintance with the cultural traditions and way of the villagers gives a chance to learn more about their folk customs and rituals.

2.4. "Green" restaurants

Having a significant impact on the environment, food enterprises use large amounts of energy and daily produce an incredibly large amount of waste, as well as increase massive carbon emissions into the atmosphere. In this regard, they intensively introduce in the industry deep processing of products, using energy-efficient lighting, promoting the best ecological habits.

In fact, there is the term green certification of restaurants and cafes. In traditional methods of growing crops, harmful pesticides are used to control pests, which are cheaper and more effective than organic agents. Many restaurants, because of the lack of some agricultural products due to seasonality, try to import off-season vegetables and fruits, which causes a further increase in greenhouse gas emissions. Sustainable nutrition, on the other hand, is more environmentally friendly, as it includes local products grown by season, some of which, in addition, are organic. You do not need to export the products of local farmers for a long distance, as this can reduce the use of fossil fuels for transportation. Even the use of meat obtained from local livestock farms that raise livestock through a free-range system can help reduce the impact of the restaurant business on the world around them.

Nevertheless, the green certification of restaurants is far beyond the category of food. Here you should take into account the green construction, as restaurant owners can use recycled or other environmentally friendly building materials in the construction of their building. Such restaurateurs are given a higher star rating. In addition, those restaurants that are replacing old samples of equipment that consume a lot of energy, for example dishwashers, more modern and energy efficient, are also welcome. (Ecological restaurant, 2012)

As for the menu, everyone knows that the production of food products is a long process, which also includes the transportation of finished products.

3. METHODOLOGY

The research is aimed at studying the geographical location of the future restaurant and polling the population of the Zhambyl region to build and implement a new environmentally friendly, modern type of restaurant.

The study of social opinion was conducted by a well-known and well-proven method of interviewing. This method is characterized by efficiency, simplicity and economy. In this study, the survey was conducted in several ways. An expert group of teachers and university staff was created, who previously took part from several expeditions to the Zhambyl region to study the geographic location and opinion of consumers of the future restaurant.

The survey of the members of the expert group was carried out by interviewing the authors using the option of personal communication and with mandatory fixing of answers in writing. In the second study of the preferences of restaurant types, questions were formulated by the authors in advance in the form of a questionnaire - a questionnaire. The respondents were various categories of the population by nationality, gender, age, social status and occupation. The poll involved 200 people. The composition of the surveyed population of the city on the floor is uniform: 51% - men and 49% - women. By age groups, the respondents are divided almost equally: 18-23 years - 35%, 23-33 years - 37%, 33 - 45 years - 18%, and over 45 years - 20%. The survey showed the following preferences: food - 63%, transport services - 77%, service excursions - 58%, entertaining programs - 65%, trade and financial services - 87%, others - 15%.

According to the opinion of the majority of the population polled, what they wanted to see in the new ecologically clean restaurant was revealed: cozy atmosphere of the hall, tasty and affordable cuisine, unusual menu, romantic atmosphere, quality and fast service, children's entertainment and games room, overview of cooking.

The methodology for conducting the survey (questionnaire) was developed as follows: a group of 5 volunteers was formed - university staff, who conducted an interview in the central part of the city for one full working day.

4. RESULTS AND DISCUSSION

Justification of the choice of geographical indicators. There is a recreation area on the border of Zhambyl and Almaty region in Kordai district between the mountains of Kindiktas and the Zhetyzhol mountain range, since it is here that the most favorable conditions for creating the proposed project are located. The location of the respite zone away from the city will provide tourists with ecological clean products, glacial fresh water and energy.

Alternative energy sources. In Kazakhstan, renewable energy sources can successfully use wind energy and solar radiation. Every minute our planet receives a huge amount of solar energy. Solar energy is a renewable, free source of energy. The vegetation period of this locality is more than 180 days, which amounts to a number of sun hours - 2200-3000 h per year, which can provide energy from the zone of respiration from early spring to deep autumn for almost 6 months. Further, energy supply is connected to the use of wind energy, as winds are blowing over this area above the Korlaisky pass, located in the southeast of the Zhambyl region. The wind speed reaches 40 m / s, when the Siberian

anticyclone is installed in the territory of Kazakhstan in winter. Thus, the proposed recreation area can be provided all year round with a continuous alternative energy

Water. For uninterrupted provision of the recreation area with clean water, it is also proposed to use natural sources - in this area the Ak-terek river flows, the source of which is in the Zailiysky Alatau. The range of the Zailiysky Alatau stretches for 360 km along 43 degrees north latitude. And there are 464 glaciers on it with a total area of 492.2 square kilometers. Glaciers of the Zailiysky Alatau can provide clean glacial water all year round

Products. Providing food products is expected to use the irrigated land of the village of Ak-terek, which is located on the left bank of the Ak-terek river. It is also proposed to build a farm for obtaining meat, chicken, and dairy products. Thus, within the framework of the state program for the development of the agro-industrial complex in the Republic of Kazakhstan for 2013-2020, it will be implemented in the village of Ak-terek. In the implementation of the program for the development of productive employment and mass entrepreneurship for 2017-2021, work is being carried out on the employment of residents of the village of Ak-terek. Here the village provides for the production of souvenirs in the national color. Demonstration of national games is considered for tourists as "Kokpar", "Baigi".

It is also planned to organize ecotourism routes to the nearest mountains. At the moment the Zhetyzhol Ridge is a small mountain range in the west of the Trans-Ili Alatau, between the mountains of Kendyktas and the Karakastek ridge. The length is about 70 km; the maximum height is Mount Suiktobe 3273.

The name Zhetyzhol is hardly known to anyone. In this area the roads are washed by melt water, are covered with screes and are popular mainly with extreme people. Not only extreme and mushroom pickers go here, but the Ak-Terek River is also familiar to lovers of fishing, Osman is found here. And the empty shells that fall in places on the eyes, say that these places are visited by hunters, since here there are plenty of black mullets, pheasants and badgers. The landscape of this area is hilly, rocky peaks, endless meadow grasses. All this will allow guests to get a full picture of Kazakhstan as a country the preserved biosphere in Central Asia. Ecotourism routes provide for the girth of historical sites located on the territory of Zailiysky Alatau. There are the following types of ecotourism routes. In addition, tourists can be invited to hunt for falcons, pheasants and badgers, catching fish and picking mushrooms, which will allow tourists to reunite with nature. In this village, for the convenience of tourists, it is envisaged to build a hotel complex for enjoying the customs and traditions of the Kazakh people.

Taking into account the conducted studies, the geographical location of the proposed restaurant is justified and it will be located on the border of Zhambyl and Almaty region. Since this area will be provided all year round with alternative energy, clean water and ecological clean food. Also on the basis of a survey in the form of a questionnaire, we offer you a restaurant project. This project was proposed by us at the republican contest in Almaty. There was presented an innovative glass restaurant called "in glass". The interior of the restaurant is: restaurant on the ground floor is a kitchen, dressing room, washroom, bar, dance floor, and an aquarium. The walls of the kitchen are completely made of glass so that visitors can see the actions of the cook. In summer the restaurant is completely closed by electronic shutters and opens on the opening. In winter, the restaurant is heated by an infrared ray system. Now go to the deck. The second floor is based on the sign of the zodiac. The upper part of the restaurant opens in the form of a segment. To avoid insects, they use ultrasonic devices that scare them away. Here is a children's room, unbreakable glass is used. Responsibility for children is borne by special babysitters and animators, with the aim of allowing parents to sit and enjoy themselves. Outside there is parking and a car wash.

Thanks to the glass walls, sitting at the comfortable tables, you can enjoy the view of abundant vegetation, mountains, beautiful nature and embroidery course fascinating food. It is impossible to convey how perfectly the restaurant fits into the environment.

For the interior of the restaurant was chosen as the main white color, which allowed to fill it with even more natural light. In such a place you want not just to eat quickly and leave, but to enjoy every moment.

In addition to the restaurant there is located a souvenir shop, banquets (weddings, anniversaries, corporate events), a romantic encounter, a pleasant evening with friends, scenic walks and plenty of places for photo shoots to make your appearance more bright and beautiful. The main building materials of the restaurant complex were natural wood and glass. The tree of dark rocks ideally merges with a mountain landscape, and the glass as if masks a building from a facade, reflecting the nature.

Good cuisine is a necessary condition for any banquet. We offer a fine menu and specialties, decorated in the best traditions of European service.

Restaurant is an ideal choice for people who prefer to stay in a quiet and cozy atmosphere, away from the noise of the city, in the best traditions of European leisure and comfort. It will pleasantly surprise you with its original interior and cozy atmosphere.

Powdered with snow or forest green hills mountains, picturesque river landscapes, or fall - will allow you to forget the bustle of the city and feel the atmosphere of peace and comfort.

Our restaurant only serves food from a local farm. Thus, two good deeds were done: the absence of air pollution from exhaust gases and the support of local agriculture. Also in our restaurant all furniture was made of environmentally friendly materials. And so we can confidently say that the atmosphere of the restaurant creates a warm and pleasant atmosphere. In addition, visitors are always interested in considering what made a chair or table, or any other piece of interior. Of course, such a restaurant is in demand not only among connoisseurs and lovers of cozy institutions, but also ardent defenders of our planet. Such a restaurant will be very relevant in the territory of our Zhambyl region.

5. CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

We try to meet the demand for a growing segment of the tourist market-ecotourism. To meet the requirements of the market, such forms of accommodation have been developed, where tourists can get acquainted with local traditions and culture; enjoy a stay near nature conservation areas. Tourists visiting the regions are provided with traditional dishes that meet the minimum standards of quality, safety, hygiene, comfort and are environmentally friendly. Tourists have access to a unique, wild nature.

In the article, the analysis of the geographical area and the survey of the population of Zhambyl region, and their views on the account of a new and environmentally friendly, modern, glass restaurant, this is located in the mountainous area.

We offer a modern restaurant of a new type, a unique interior and a traditional cuisine made from environmentally friendly products. From the windows of the restaurant visitors can enjoy an unusual view of the landscape of the mountains.

You will get from visiting our restaurant: the tranquility of the dimension of rural life and the prognosis, clean air and rural silence, natural products, comfortable leisure, cozy atmosphere, farewell prices, a sense of intimacy with nature, new experiences, and entertainment for children and leisure activities for adults.

Table 1: Types of tourism in the regions of Kazakhstan

Types of tourism by region	South Kazakhstan	Northern Kazakhstan	Central Kazakhstan	Eastern Kazakhstan	Western Kazakhstan
Types of tourism					
Ecological	+	+	+	+	+

Sightseeing	+	+	+	+	+
Mountain	+			+	
Ski		+			
Walking	+	+			+
Water			+		+
Informative				+	
Historical	+		+		+
Pilgrimage	+				+
Bicycle	+				
Speleological			+		

Table 2: Obstacle type

№	Type of Obstacle	Names	Category of difficulty	Height	Direction of passage	Coordination
1	Pass	Butakovsky		2880	Butakovka-Talgar	N43 09.384 E77 07.844
2	Pass	Tourists	1A	3950	Tourists-Kyzylsai	N43 01.608 E77 05.095
3	Pass	Spark	1B*	4100	Ice of Sev Gorodetsky - ice of Dmitriev	N42 59.542 E77 05.441
4	Pass	Exploratory	1B	4170	Ice Dmitrieva - South West Talgar	N42 58.768 E77 05.388
5	Pass	Chilik-Keminsky	1B	4150	Radially, from the side of the lake Jasi-köl	N42 56.581 E77 11.071
6	Pass	Aksu Sev.	1A*	4050	East Ak-Suu - Chon-Ak-Suu	N42 49.919 E77 07.274

REFERENCES

- Baipakov K., Nasirov R. (1991), *On the Great Silk Road*, Germany: Publishing house and printing house Fortshrit Erfrut.
- Sokolov V.E., Syroechkovsk E.E. (1991) *Reserves of Central Asia and Kazakhstan*, Moscow: Publishing house "Mysl".
- Tourist routes of Zhambyl region are waiting for guests of EXPO 2017, 2017 <http://www.zhambyl.gov.kz/>.
- Ecological restaurant, 2012. <http://bizpro.org.ua/ekologicheskij-restoran/>.
- Agafonova L.G., Agafonova O.S (2002) *Tourism, hotel and restaurant business: pricing, competition, state regulation*: Textbook - M: Knowledge of Ukraine.
- Arkhipov V.V. (2007). *Organization of the restaurant industry*: Textbook - Moscow: Center for Educational Literature.
- Volkov Yu.F. (2004), *Hotel and restaurant business, tourism*, Rostov n /D: Study Guide Phoenix.
- Chudnovsky A.D. (1999). *Hotel and tourist business*, Moscow: EKMOS.
- Grabovsky Yu.A., Skaliy O.V., Skali T.V. (2009). *Sport Tourism in Ternopol*, Study Book: Bogdan.
- Public and touristic industry in market conditions (2001) - 3 p.of science of works.
- Media of Zhambyl-Taraz, №. 46 (1386) on November 15, 2017.
- Baikanov D.E. Vestnik Habarshy, Tourism.- 2012 - №1.
- Semenov-Tian-Shansky P.P.. Journey to the Tien Shan. – 2012.

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SAKİN ŞEHİR TARTIŞMALARI; AMASRA ÖRNEĞİ

Yeliz BÖLÜKBAŞI

Bartın Üniversitesi, Orman Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
z.yelizbolukbasi@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Mustafa Artar
Bartın Üniversitesi, Orman Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
mustafa.artar@gmail.com

Özet

Sürdürülebilirlik, bugünün ihtiyaçlarını karşılarken doğal kaynakları korumak ve gelecek nesillere iyi bir çevre bırakmak için yapılan faaliyetlerdir. Sürdürülebilir bir turizm için çevrenin korunması büyük önem taşımaktadır. Çevre korumaya dayalı turizm ve rekreasyon planlamalarının ekonomik, sosyal, fiziksel ve toplumsal açıdan gelişmiş çevreyi getireceği şüphesizdir.

Cittaslow (Sakin Şehir) yaşamdan zevk alınacak bir hızı öngörmektedir. Cittaslow hareketinin amacı, insanların birbirleriyle iletişim kurabilecekleri, sosyalleşebilecekleri, kendine yeten, sürdürülebilir, el sanatlarına, doğasına, gelenek ve göreneklerine sahip çıkan ama aynı zamanda altyapı sorunları olmayan, yenilenebilir enerji kaynakları kullanan, teknolojinin kolaylıklarından yararlanan kentlere gerçekçi bir alternatif sağlamaktır.

Bu çalışmada “Ceneviz Ticaret Yolunda Akdeniz’den Karadeniz’e Kadar Kaleli ve Surlu Yerleşimler” başlığı altında 15 Nisan 2013 tarihinde UNESCO Dünya Miras Geçici Listesi’ne alınan Amasra için Cittaslow kriterlerine uygunluğu tartışılmıştır. Amasra’nın coğrafi verileri, peyzaj karakteri ve Cittaslow kriterlerine uygunluğu araştırılmış, sonuçta Amasra için doğal ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği konusunda daha önce yapılmış çalışmalarla karşılaştırmalar yapılarak Cittaslow hareketinin bölge altyapı hizmetleri, yatırımların iyileştirilmesi ve bölge ekonomisine katkıları tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Peyzaj, Sürdürülebilirlik, Amasra, Cittaslow, UNESCO, Kıyı Turizmi.

SUSTAINABILITY AND CITTASLOW DISCUSSIONS; AMASRA CASE

Abstract

Sustainability is an activity designed to meet the needs of today and protect natural resources and leave a good environment for future generations. Conservation of the environment is of great importance for sustainable tourism. It is certain that tourism and recreational planning based on environmental protection will bring economic, social, physical and socially developed environment.

Cittaslow (The Tranquil City) advocates living at a leisurely pace. The goal of the Cittaslow movement is to provide a realistic alternative to towns that benefit from the conveniences of technology, which enable people to communicate with each other, socialize, self-sustain, sustainable, use craftsmen, nature, traditions and customs but also use renewable energy resources without infrastructure problems.

In this study, the conformity of Cittaslow criteria for Amasra, which was taken to the UNESCO World Heritage List on 15 April 2013 under the heading "Castle and Sur Settlements from the Mediterranean to the Black Sea on the Way of Genoese Commerce" was discussed. The geographical data of Amasra, the landscape character and the compliance with Cittaslow criterion were searched and the result was compared with the previous studies about the sustainability of natural and cultural heritage for Amasra and the Cittaslow movement's regional infrastructure services, investment improvements and contributions to the regional economy were discussed.

Keywords: Landscape, Sustainability, Amasra, Cittaslow, UNESCO, Coastal Tourism.

1. GİRİŞ

Geçmişten günümüze insanlar doğal peyzajlardan etkilenmişler ve doğa turizmine yönelmişlerdir. İnsanlar kentlerin yoğun yaşam koşullarından uzaklaşıp doğal ve kültürel alanlara yönelik turizm

hareketlerini tercih etmeye başlamışlardır. Son yıllarda doğal, kültürel ve tarihi özellik taşıyan alanlar oldukça ilgi görmektedir. Bu nitelikteki alanların doğal ve kültürel değerlerin korunması, yaşatılması, değerlendirilmesi ve tanıtılmasında turizmin rolü büyüktür. Doğal alanlara ilginin artması bu alanların korunmasını ve yenilenmesini gerektirmektedir. Turizm değerlerinin yüksek olduğu yerlerde insanlar doğa koruma bilinci ile farklı ekoturizm faaliyetlerine katılmaktadır (Weaver, 1999).

Sürdürülebilirlik; gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama olanaklarını ellerinden almadan; şimdiki neslin ihtiyaçlarının karşılanabildiği gelişme sürecidir (World Commission on Environment and Development, 1987).

Ulusal ve uluslararası düzeyde turizm gelişimi için araç olan sürdürülebilir turizmin amaçları; kaynakların sürdürülebilir kullanımı, doğal ve kültürel çeşitliliğin korunması, yerel toplumun planlamaya dahil edilmesiyle yerel ekonominin desteklenmesi, turizm endüstrisi ve yerel toplum arasında işbirliğinin sağlanması, turistlerin ve yerel halkın bilinçlendirilmesinin sağlanması olarak sıralanabilir (Jeffrey and Pounder, 2000).

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu 70. Dönem çalışmaları kapsamında 2017 yılı ‘Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Uluslararası Yılı’ olarak ilan edilmiştir. Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Uluslararası Yılı beş ana alanda turizmin rolünü güçlendirmeyi öngörmektedir:

- Kapsayıcı ve sürdürülebilir ekonomik kalkınma
- Toplumsal kapsayıcılığın sağlanması, istihdamın artırılması ve yoksulluğun azaltılması
- Kaynakların etkin kullanımı, çevrenin korunması ve iklim değişikliği ile mücadele
- Kültürel değerlerin, çok kültürlülüğün ve kültürel mirasın korunması
- Karşılıklı anlayış, barış ve güvenlik.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), çalışmalarını hükümetler, uluslararası ve bölgesel kuruluşlar ve halkın katılımı ile yürütmektedir (BM Türkiye, 2017).

Sakin kent olarak anılandırılan bu akım, genel anlamda küreselleşme kaskacında hızlı ve tatsız yaşama başkaldırış niteliğindedir. Cittaslow hareketinde temel amaç; yaşanabilir şehirler yaratmaktır. Kentlerin hangi alanlarda önemli ve özel olduklarını düşünmeleri ve bu özelliklerini korumak için strateji geliştirmeleri anlamına gelen “sakin kent”, kentin dokusunun, renginin, müziğinin, doğasının, kültürel zenginliklerinin ve hikayesinin uyum içinde, şehir sakinlerinin ve ziyaret edenlerin zevk alabilecekleri bir dayanışma olarak kendini ifade etmektedir. Özel olarak üretim, çevre farkındalığı, sosyal ilişkiler, yerel kültürel birikimlerin korunumu gibi pek çok gelişimin insan ve doğa entegrasyonunda bir yaşanılabilirliktir. Genel olarak ise olması gereken yaşam biçiminin sakin şekilde sürdürülmesine vurgu yapmaktadır. Cittaslow hareketi de çalışmalarını uluslararası-bölgesel kuruluşlar ve halkın katılımı ile yürütmektedir. (Cittaslow Türkiye, 2014).

Doğal, tarihi ve kültürel değerlere sahip planlar, sadece buldukları yere ait olmayıp, evrensel nitelikler taşımaktadır. UNESCO gibi uluslararası kuruluşlar, belirledikleri kriterlere uygun olan bölgeleri koruma altına almaktadır. “Ceneviz Ticaret Yolu’nda Akdeniz’den Karadeniz’e Kadar Kale Ve Surlu Yerleşimleri” kapsamında Unesco Dünya Mirası Geçici Listesi’nde 5 il 7 nokta yer bulunmaktadır. Bu alanlar İzmir’deki Foça ve Çandarlı Kaleleri, İstanbul’daki Yoros Kalesi ve Galata Kulesi, Düzce Akçakoca Kalesi, Bartın’daki Amasra Kalesi ve Sinop Kalesi’dir. Amasra “Ceneviz Ticaret Yolunda Akdeniz’den Karadeniz’e Kadar Kaleli ve Surlu Yerleşimler” başlığı altında 15 Nisan 2013 tarihinde UNESCO Dünya Miras Geçici Listesi’ne alınmıştır (UNESCO, 1972; Milli Parklar Dairesi Başkanlığı. 2013).

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bu bölümde Cittaslow olabilmek için bir kentin nasıl olması gerektiğine açıklık getirilecektir. Kaliteli bir yaşam için hıza değil yavaşlamaya vurgu yapılacaktır. Amasra ‘dan örnekler verilerek Cittaslowa uygunluğu tartışılacaktır.

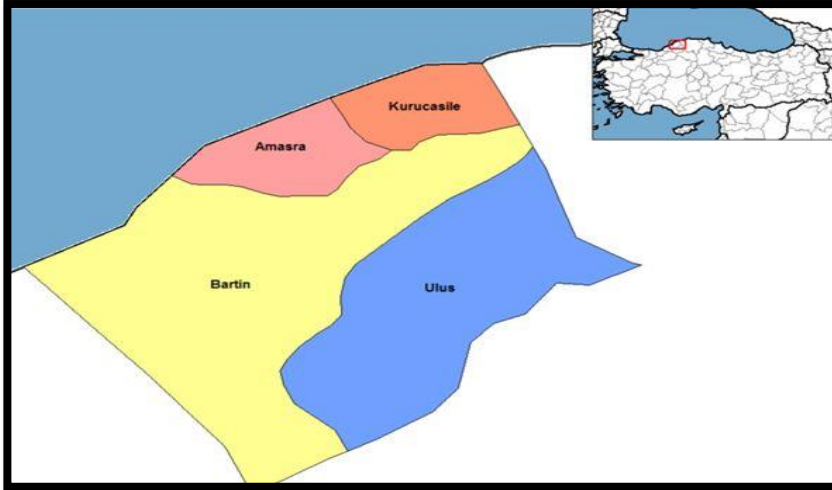
2.1.Araştırma Alanı

Amasra ve yakın çevresi araştırma alanıdır. Alan doğal ve kültürel öğeleri ile ilgi çekici özellikler taşımakta, ekoturizm ve rekreasyon aktiviteleri ile Cittaslow için bir potansiyel oluşturmaktadır.



Şekil 1. Amasra'dan Genel Görünüm (Amasra Belediyesi, 2017)

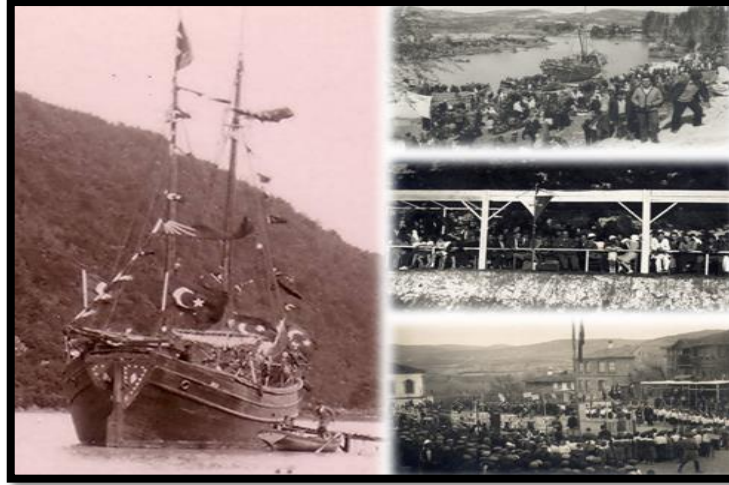
Amasra, Batı Karadeniz Bölgesinde, Bartın iline bağlı bir ilçedir. Doğusunda Kastamonu, Batısında Zonguldak, Güneydoğusunda da Karabük illeri vardır. Amasra, Bartın ilinin 17 km kuzeyindedir. Şehir, kuzeye doğru uzanan iki koylu bir yarımada biçiminde kurulmuştur. Yarımadanın uzunluğu 1.5 km'dir. Doğusunda ve batısında iki koyu vardır. Doğusundakine "Büyük Ada", batısındakine ise "Küçük Ada" adı verilir. Yeşilin her tonunun bir arada seyredilebildiği, Karadeniz kıyı şeridi ve dağın tepeler üzerine kurulan Amasra, tarihi, turistik, şirin bir liman şehridir. Zonguldak ili ile Kastamonu'nun Cide ilçesi arasında küçük bir ara limandır (Amasra Belediyesi 2015).



Şekil 2. Türkiye Üzerinde Amasra'nın Konumu (Orijinal,2017)

2.2.Amasra'nın Tarihsel Gelişim Süreci

Bartın, 3000 yıllık geçmişinden günümüze taşıdığı seçkin tarihi, kültürel ve folklorik değerleri ile olağanüstü güzellikler sergileyen doğal turizm kaynaklarıyla önemli bir cazibeye sahiptir. Tarihi "Paphlagonia" bölgesindeki antik kentlerden Sesamos (Amasra), Kromna (Kurucasile) ve Erythinoi (Çakraz) Bartın sınırları içindedir. Antik değerlerin en fazla görüldüğü antik kent Amasra'dır (Amasra Belediyesi 2015).



Şekil 3. Amasra'nın Eski Fotoğrafları (Amasra Belediyesi, 2017)

Amasra, gittikçe gelişen bir Ceneviz Kolonisi olmuştur. Cenovalılar, çevre yönetimlerle kurdukları dostluklar sayesinde uzun süre bu statülerini koruyup 1460 yılına kadar 200 yıl Amasra'ya hakim olmuşlardır. Amasra; Ceneviz kolonisi, tarih boyunca hem askeri bakımdan önemli bir üs hem de esir ticareti yapılan, kereste, şimşir, ton balığı ve kürk ihraç eden ticari bir liman kenti olmuştur. Atik, M. (2014).

Fatih Sultan Mehmed'in, "Lala, lala Çeşm-i Cihan bu mola" dediği Amasra, keşfedilmeyi bekleyen tarihi ve doğal sırlarıyla "Uyuyan Prenses"e benzetilmektedir(Amasra Belediyesi 2015).



Şekil 4. Amasra'nın Fotoğrafları (Amasra Belediyesi, 2017)

2.3. Cittaslow (Sakin Şehir)

Sürdürülebilirlik; gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama olanaklarını ellerinden almadan; şimdiki neslin ihtiyaçlarının karşılanabildiği gelişme sürecidir (World Commission on Environment and Development, 1987).

Cittaslow İtalyanca Citta (şehir) ve İngilizce slow (sakin/yavaş) kelimelerinden oluşmakta ve "sakin şehir" anlamına gelmektedir (Cittaslow Türkiye, 2014). Cittaslow hareketinin temelinde Slow Food (Yavaş Yemek) hareketi vardır.(Karakaş Özur,2016). Bu hareket kentlerin kendi gelenek, göreneklerini, yemeklerini, tarihsel kimliklerini korumalarını öngören bir birliktir. (Cittaslow Türkiye, 2014).

Kentlerin hangi alanlarda güçlü ve zayıf olduklarını analiz etmelerini ve sahip oldukları şartlar çerçevesinde bir strateji geliştirmelerini teşvik etmektedir.O şehrin dokusunun, renginin, müziğinin ve hikayesinin uyum içinde, şehir sakinlerinin ve ziyaret edenlerin zevk alabilecekleri bir hızda

yaşanması, Bu hayatın tek amacının bir yerlere yetişmek olmadığını, içinde bulunan andan zevk alınması gerektiğini insanlara hatırlatmaktadır (Cittaslow Türkiye, 2014).

2.4. Cittaslow Kriterleri

- Çevre Politikaları
- Altyapı Politikaları
- Kentsel Yaşam Kalitesi Politikaları
- Tarımsal, Turistik, Esnaf ve Sanatkarlara Dair Politikalar
- Misafirperverlik Farkındalık Ve Eğitim İçin Planlar
- Sosyal Uyum
- Ortaklıklar . (Cittaslow Türkiye, 2014).

Cittaslow ağının bu yedi ana başlık altında toplam 70 adet kriteri vardır.

Bu çalışmada, nüfusu yaklaşık 15.000 olan Amasra kentinin Cittaslow hareketine uygunluğunun tespiti için var olan Turizm etkinlikleri, Yerel etkinlikleri, Kültürel mekanları, Korunan alanları ve tescilli yapıları, Ulaşımı, Altyapısı, Yerleşim alanları, Slow Food hareketine desteği ile Ticari Alanları Analiz edilmiştir.

2.3. Turizm Etkinlikleri

-*Yelken Turizmi*: Amasra limanları ve rüzgarlarıyla yelken turizmi için güzel parkurlar sunmaktadır. Amasra Yelken Kulübünden de tekne ve eğitimci desteği alınabilir.

-*Su Altı Dalışları*: Bu açıdan el değmemiş bir hazine olan Amasra ve çevresinde özellikle Tarlaağzı ve Çakraz civarında son derece güzel dalış alanları bulunmaktadır. Önemli batıklar ve su altı mağaraları, dalıcılar tarafından keşfedilmeyi beklemektedir.

-*Trekking*: Bedesten-Amasra-Kaleşah Tepesi, Kuşkayası Anıtı-Cevizlik vadisi (5 km.- 3 saat) Çakraz-Karakaçak Köyü - Kuyupınar-Gürcüoluk Mağarası (4 km.- 2.5 saat) Amasra - Değirmenağzı - İnpiri Köyü (4 km.- 2.5 saat)

-*Ekoturizm*: Amasra ve çevresindeki dağlar değişik bitki örtüsü ile ekolojik araştırmaların ve meraklıların ilgisini çekmektedir.

-*Yat Turizmi*: Amasra'da yat ve teknelerin güvenli bir şekilde barınabileceği limanla mevcuttur.

- *Mağara Turizmi*: Amasra ve çevresinde başta Gürcüoluk olmak üzere görülmeye değer mağaralar vardır. Günöbirlik turlarla, doğal yaşamın içinde yer alan bu mağaralara ulaşılabilir.

-*Kuş Gözlemciliği*: Amasrada çok değişik türlerde kuşları görebileceğiniz gibi kış aylarında sürekli küçük limanı ziyaret eden kuşular ayrı bir güzellik katmaktadır.

-*Av Turizmi*: Amasra'nın coğrafi yapısı, bitki örtüsü ve yaban hayatı, balık avcılığı ve av turizmine ilgi duyanlara bilhassa kış mevsiminde önemli bir potansiyel sunar.

-*Balıkçılık*: Deniz avcılığında, yine mevsimine göre olta balıkçılığı ile istavrit, mezgit, kefal, palamut, lüfer, zargan, karagöz, iskorpit avlanır. Aralık-Şubat aylarında hamsi, kefal; Mart-Mayıs aylarında kalkan, kefal, barbunya; Haziran-Ağustos aylarında mezgit, iskorpit, istavrit; Eylül-Kasım aylarında palamut, lüfer, çinekop, zargan avlamak mümkündür. Amasra hem profesyonel hem de amatör balıkçılık için dört mevsim av alanıdır 8T.C. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü,2015)



Şekil 5. Amasra'nın Turizm Etkinlikleri (Amasra Belediyesi, 2017) (Bartıninfo, 2017)



Şekil 6. Amasra'nın Deniz Ulaşımı (Amasra Belediyesi, 2017)

2.4.Amasra'nın Kültürel Mekanları

- Ön Asya'da tek olan Kuşkayası Yol Anıtı,
- Amasra Kalesi; giriş kapısı, sur ve teras duvarları ile toplam 12 adet kale burcu,
- Kale üzerindeki armalar,
- Kilise (Fatih Camii), Şapel (Kültür Evi),
- Yeraltı Galerileri,
- Oyma Mağaralar ve Bedesten kalıntıları,
- Boztepe Mahallesi ve Ada Kütlesi,
- Kaleiçi Mahallesi ,
- Direklikaya, Küçük Liman Antik Rıhtım ve Nekropol Alanı,
- Tavşan Adası
- Boztepe Mabet Kalıntısı
- Roma Dönemi Köprüsü ve Su Kemerleri
- Şehir Hamamı
- Kaymakamlık Lojmanı ve Bahriye Mektebi (Müze Binası)
13 Adet tescilli Ahşap ve Taş yapı bina bulunmaktadır.
Antik kentin görünen yüzleridir. Tiyatro (5000 kişilik), Forum, Şeref yolu, Yeraltı Çarşısı, akropol ve nekropol gibi bölümler toprak altındadır(Tunçer, M. 2003).



Şekil 7. Amasra'nın Kültürel Mekanları (Özfiçici F. 2016)



Şekil 8. Amasra'nın Çekiciler Çarşısı (Özfiıcı F. 2016)

Amasra'da Çekicilik Sanatı tarihi 17. yy'dan günümüze kadar uzanır, bugün Amasra ve köylerinde sürdürülmektedir. Amasra'da Çekiciler Sokağı'nda Ihlamur, şimşir, dişbudak, ceviz, kiraz ve kızılğaç gibi ağaçlar kullanılarak yapılan çerez takımları, isimlik, anahtarlık, resimlik, Ayetler ve güzel sözler yazılı levhalar, leylek, kuş vb. hayvan figürleri ile kaşığı gibi eşyalar satılmaktadır.

Evlıya Çelebi Seyahatnamesinde, Amasra halkının dağlardan kestikleri şimşir ve ihlamur ağaçlarından yaptıkları oyma-işleme ağaç eşyaları satarak geçimlerini sürdürdüklerini yazmaktadır. Ayrıca, Osmanlılar ve Cumhuriyetin ilk dönemlerinde mısır koçanı yaprakları kullanılarak örülen zincir, hasır şapka ve patik örmeciliği, günümüzde çok az da olsa görülmektedir Amasra Belediyesi,2015)

2.5.Yerel Etkinlikler

-Bartın Çilek, Kültür ve Turizm Festivali: Bartın'ın, oldukça zengin tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerini tanıtarak, sosyal, kültürel ve ekonomik alandaki gelişimine katkıda bulunmak amacıyla 1982 yılında başlayan ilk festival etkinlikleri, 11 yıl birer günlük kutlamalarla sürdürüldükten sonra 1993 yılından itibaren bir haftalık etkinliğe dönüştürülmüştür. Çilek toplama zamanına göre 25 Mayıs-15 Haziran tarihleri arasındaki bir haftada düzenlenen Festival süresince; çeşitli yarışmalar, tiyatro ve halk oyunları gösterileri, müzik konserleri, sergiler, konferans, söyleşi ve paneller yerli ve yabancı turistlerce ilgiyle izlenir. Yarışmalarda; bir yanda kaliteli çilekleriyle üreticiler yarışırken, diğer yanda Festival veya Çilek Güzeli seçilebilmek için genç kızlar ile ses ve yorumlarıyla müzikte kendilerini denemek isteyen gençler hayli heyecan yaşar ve yaşatırlar.

-Amasra Yağlı Direk Şenlikleri: Şenlik; ülkemizde her yıl 1 Temmuz'da kutlanan Denizcilik ve Kabotaj Günü kutlamaları içerisinde düzenlenmektedir. Yöre insanının, deniz ve eğlence tutkularını bir arada sunan ve yaşamının yansıması olan Şenlikte; Amasralılara olduğu kadar Misafirlere ve yarışçılara da coşkulu ve zevkli bir gün yaşatan Yağlı Direk Yarışları, Deniz Motoru-Tekne Yarışları, Ördek Yarışları gibi çeşitli etkinlikler sergilenmektedir.



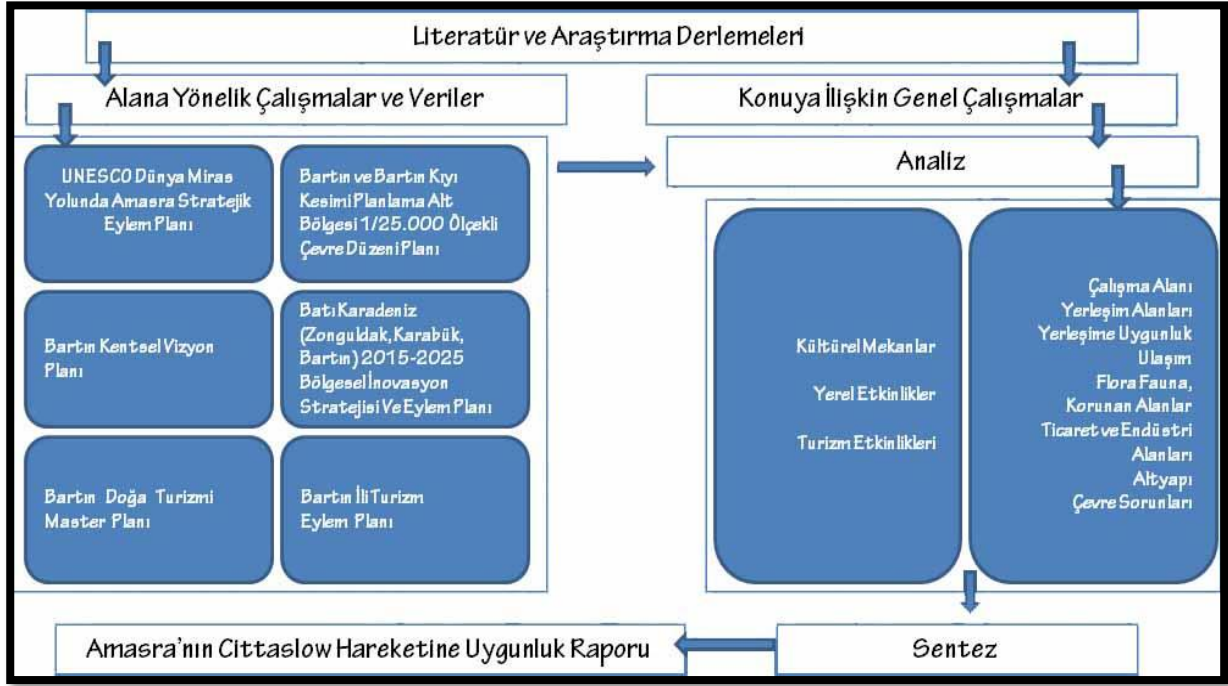
Şekil 8. Yerel Etkinlikler (Bartın Belediyesi. 2016)

-Gazi Günü: Gazi Mustafa Kemal Paşa tarafından görevlendirilen Bolu Milletvekili Cevat Abbas Bey'in Milli Tarihimiz konusunda Bartın'da verdiği konferansın günüdür. 07 Nisan 1931 tarihinde Bartın'a gelen Cevat Abbas Bey'in 8 Nisan akşamı verdiği konferans, ilgiyle izlenir ve büyük coşku uyandırır. Bu ortamda, Bartınlı Doktor Cevdet Bey'in 8 Nisan tarihinin Bartın'da Gazi Günü olarak kutlanmasının Gazi Hazretlerine arz edilmesi teklifi şiddetli alkışlarla desteklenir. Cevat Abbas Bey, konuyu arz edeceğini ve sonucunu da bizzat bildireceğini söyler. Daha sonra Cevat Abbas Bey, Gazi Hazretlerinin 8 Nisan tarihinin Bartın'da Gazi günü olarak kutlanmasını memnuniyet ve teşekkürle karşıladığını, ayrıca, Gazi Hazretleri de duygularını bir telgrafla Bartınlılara bildirir. Atatürk İlke ve İnkılaplarını canlı tutmak ve gelecek nesillere aktarmak amacıyla ilki, 8 Nisan 1932 tarihinde çeşitli etkinliklerle kutlanan ve büyük coşku uyandıran Gazi Günü kutlamaları, 1940 yılına kadar aralıksız sürdürülmüş, 40 yıllık bir aradan sonra 1982 yılında yeniden başlanmıştır

-Amasra Fetih Günü: 1460 yılının Ekim ayında Fatih Sultan Mehmet tarafından savaşız olarak Osmanlı topraklarına katılan Amasra; geçmişten günümüze, tarihi, kültürel ve doğal değerleri açısından en eski turizm beldelerimizden birisidir. Amasra'nın bu tarih ve kültürel yapısını anımsatmak ve eğlenceyle birlikte kentin tanıtımına katkıda bulunmak amacıyla her yıl turistlerin yoğun olduğu 30 Ağustos'ta düzenlenen "Amasra Fetih Günü" şenliğinde; Amasra'nın kuşatılması ve kentin anahtarının savaşız teslimi sırasında geçen olayların canlandırılması, halk oyunları ve çeşitli gösteriler sunulmaktadır (Karaçoğlu, H.(2013).

3. YÖNTEM

Bu çalışmada alana ilişkin literatür taramaları yapılmıştır. Bu süreçten sonra alana yönelik çalışmalar ve veriler toplanmıştır. Unesco Dünya Miras Yolunda Amasra Stratejik Eylem Planı ve bu alan ile ilgili yapılan bilimsel araştırmalar analiz edilmiştir. Çevrenin korunması, sürdürülebilirliğin sağlanması ve Amasra'nın alternatif turizm faaliyetlerinin üzerinde durularak sakin kentin gerekliliği ön plana çıkartacak atıflar, tanımlar ve örnekler verilecektir. Analizler ve veriler doğrultusunda Amasra'nın cittaslow hareketine uygunluğu belirlenecektir.



Şekil 8. Araştırmada İzlenen Yol

4.BULGULAR

Bu bölümde *UNESCO Dünya Miras Yolunda Amasra Stratejik Eylem Planı* incelenerek Amasra'nın imar sınırları dahilinde yapılan analizle ile Cittaslow Kriterleri karşılaştırılarak, Kentin Cittaslow ağına uygunluğu tartışılacaktır.

4.1. Bölgeye Yönelik Planlar



Şekil 9 Bölgeye Yönelik İncelenen Planlar

PLANLAR	AMASRA ÖNEMLİ NOKTALAR	SAYFA
UNESCO Dünya Miras Yolunda Amasra Stratejik Eylem Planı	Amasra "Ceneviz Ticaret Yolunda Akdeniz'den Karadeniz'e kadar Kale ve Surlu Yerleşimleri" adıyla 15.04.2013 UNESCO Dünya Miras Geçici Listesi'ne eklenmiştir. Amasra'nın UNESCO Dünya Miras Geçici Adaylık Listesi'nden Asıl Liste'ye geçebilmesi için yapılacak çalışmalar Stratejik eylem planında belirtilmiştir	6
Bartın ve Bartın Kıyı Kesimi Planlama Alt Bölgesi 1/25.000 Ölçekli Çevre Düzeni Planı	Amasra İlçesi, özgün balık lokantaları, otelleri ve sayısız ev pansiyonuyla turizme katkıda bulunmaktadır Amasra ilçe merkezinde %69,4 ile turizm sektörünün belirleyici olduğu hizmetler sektörü ilk sırada yer alırken sanayi sektörünün oranı %26,2 oranındadır.	5 17
Bartın Kentsel Vizyon Planı	Kentin kıyıda yerleşmiş ilçelerinden Amasra turizm açısından oldukça rağbet görmekle beraber, tarihi anlamda da değer arz etmektedir.	5
Batı Karadeniz (Zonguldak, Karabük, Bartın) 2015-2025 Bölgesel İnovasyon Stratejisi Ve Eylem Planı	Batı Karadeniz Turizm Gelişim Koridorunun orta ve en önemli noktasında Amasra Limanı bulunmaktadır. Amasra'da organik gıda üretimi yapan Lutfiye, hem ürün, hem de özgün ambalaj ve etiket tasarımıyla pazarlama inovasyonuna güzel örnekler sunmakta ve kendini rakiplerine göre farklılaştırmaktadır	7 33
Bartın Doğa Turizmi Master Planı	Tarihi "Paphlagonia" bölgesindeki antik kentlerden Sesamos (Amasra) Bartın sınırları içindedir. Antik değerlerin en fazla görüldüğü antik kent Amasra'dır. Kültür Turizmi: Müze, Kale, Kuşkayası Yol Anıtı, Yeraltı Galerisi ve Kiliseler (Fatih Camii ve Sanat Evi) ile Roma Meclis Sarayı (Bedesten) kalıntıları, Ağaç İşleri (ve Merkezde Tel Kirma ürünleri).	58 59
Bartın İli Turizm Eylem Planı	Amasra, Türkiye turizm hareketinin öncülerinden birisidir. 1970 li yıllarda Amasra en bilinen tatil yöreleri arasındadır ve özellikle yerli ziyaretçilere hizmet sunmaktadır. Amasra İlçesi "Turizm Gelişim Koridorları" stratejisi kapsamında Batı Karadeniz Kıyı Koridorunda yer almakta	52 61

Şekil 10 Bölgeye Yönelik İncelenen Planların Önemli Noktaları

4.2. Amasra Kentinin Cittaslow Ağına Katılımı İçin Yapılan Analizler

Kentte Cittaslow Kriterlerinde bulunan 7 başlık doğrultusunda yapılan analizler Şekil 11,.....,19'da verilmiştir.

Çalışma Alanı,

Yerleşim Alanları,

Yerleşime Uygunluk,

Ulaşım,

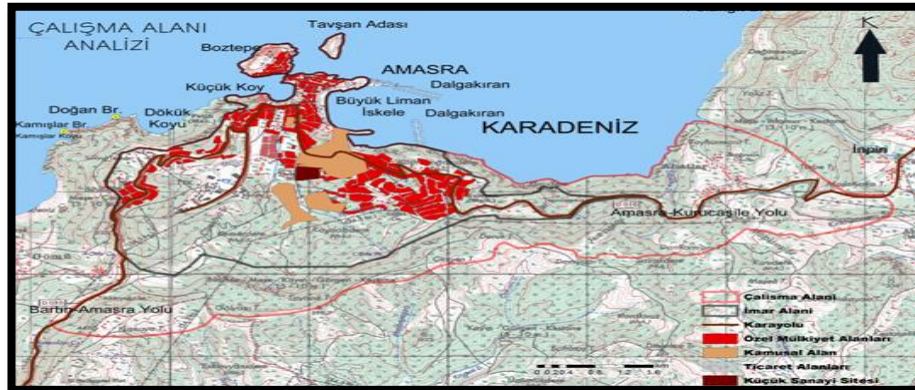
Flora Fauna,

Korunan Alanlar ,

Ticaret ve Endüstri Alanları,

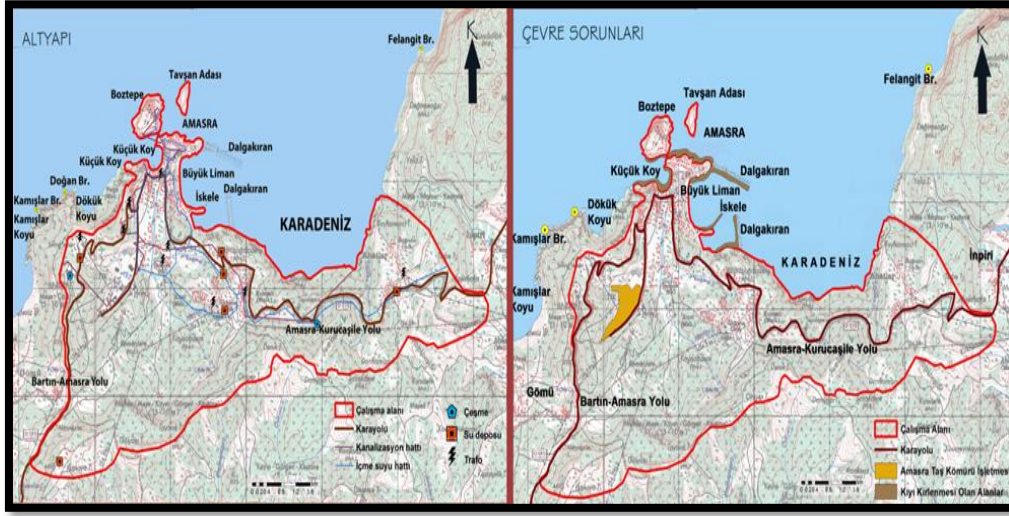
Altyapı,

Çevre Sorunları



Şekil 11 . İmar Paftasından Değiştirilerek (Orjinal, 2017)

Çalışma alanında var olan tescilli yapılar, tescilli surlar, tescilli anıtsal yapılar ile doğal sit alanları ve arkeolojik sit alanları analiz edilmiştir. Amasra'nın ticaret ve endüstri alanları analiz edilmiştir.



Şekil 18,19 İmar Paftasından Değiştirilerek (Orjinal, 2017)

Amasra'nın; Cittaslow hareketinin başında gelen altyapı iyileştirilmesi maddesine uygunluğu tespiti için kentin altyapısı analiz edilmiştir. Var olan ve öncelikli olarak çözüm bulunması gereken çevre sorunları analiz edilmiştir.

4.3. Amasra Kentinin Cittaslow Ağına Katılımı İçin Yapılan Analizler Sonucunda Cittaslow 'a Uygunluk

- Enerji kaynaklarının sürdürülebilirliği için kentin gece aydınlatması güneş enerjisi ile sağlanmaktadır.
- Kent merkezinde mallar sürdürülebilir bir şekilde dağıtılmaktadır.
- Kentsel donatı elemanları, turizm levhaları korunmaktadır.
- Kentin karakteristik peyzaj özellikleri korunarak çeşitli turizm faaliyetleri gerçekleştirilmektedir.
- Var olan arkeolojik ve doğal sit alanları korunma altındadır.
- Çok çeşitli flora ve faunaya sahiptir.
- El yapımı ürünlerin ve esnaf / sanatkârların ürünlerinin korunması.
- Konaklama için ev pansiyonculuğu ve otel işletmeciliği gerçekleştirilmektedir.
- Kadın girişimcileri desteklemek için haftada iki gün kadınların kendi ürünlerini sattıkları 'Kadınlar Pazarı'(Galla Pazarı yöresel adı) kurulmaktadır.
- Amasra halkı doğal ve geleneksel yiyecekleri ile slowfood aktivitelerini desteklemektedir.
- Altyapı eksikliği giderilmektedir.

Yapılan analizler ile Amasra kentinin Cittaslow kriterlerine uygunluğunu ve yaklaştırılabilirliğini tespit edilmiştir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

- Enerji kaynaklarının sürdürülebilirliği için kentin gece aydınlatması güneş enerjisi ile sağlanmaktadır.
- Kent merkezinde mallar sürdürülebilir bir şekilde dağıtılmaktadır.
- Kentsel donatı elemanları, turizm levhaları korunmaktadır.

- Kentin karakteristik peyzaj özellikleri korunarak çeşitli turizm faaliyetleri gerçekleştirilmektedir.
- Var olan arkeolojik ve doğal sit alanları korunma altındadır.
- Çok çeşitli flora ve faunaya sahiptir.
- El yapımı ürünlerin ve esnaf / sanatkârların ürünlerinin korunması.
- Konaklama için ev pansiyonculuğu ve otel işletmeciliği gerçekleştirilmektedir.
- Kadın girişimcileri desteklemek için haftada iki gün kadınların kendi ürünlerini sattıkları 'Kadınlar Pazarı'(Galla Pazarı yöresel adı) kurulmaktadır.
- Amasra halkı doğal ve geleneksel yiyecekleri ile slowfood aktivitelerini desteklemektedir.
- Altyapı eksikliği giderilmektedir.

Yapılan analizler ile Amasra kentinin Cittaslow kriterlerine uygunluğunu ve yaklaşırlabilirliğini tespit edilmiştir. Amasra'nın UNESCO Türkiye Dünya Miras Geçici Listesine girmesi ile ulusal / uluslararası tanıtımı artmıştır. Bu hareketle Amasra'nın Cittaslow ağına yaklaşmasını sağlamıştır.

Amasra için doğal ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği konusunda halk bilinçlendirilmiştir.

Literatür taramaları, incelenen stratejik planlar ve imar planları ile yapılan analizlerden çıkan sonuçlar doğrultusunda Amasra Cittaslow hareketine entegre olabilecek düzeyde bir liman kentidir.

Cittaslow hareketi çalışmalarını uluslararası - bölgesel kuruluşlar ve halkın katılımı ile yürütmektedir. Çeşitli paydaşlara ödevler verilerek cittaslow başvurusu için daha detaylı bir rapor hazırlanacaktır.

KAYNAKÇA

- Amasra Belediyesi Fen İşleri Müdürlüğü, (2015). Röpörtaj,
- Atik, M. (2014). "Kültürel Peyzaj" Olarak Amasra Örneği, Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, UNESCO Dünya Miras Yolunda Amasra Çalıştayı, Amasra.
- BM Türkiye. (2017). Sürdürülebilir Turizm, <http://www.un.org.tr/bm-2017yi-uluslararası-surdurulebilir-turizm-yili-olarak-kutluyor/> Erişim Tarihi: 20 Şubat 2017.
- Bartın Valiliği İl ve Turizm Müdürlüğü(2015). UNESCO DÜNYA MİRAS YOLUNDA AMASRA STRATEJİK EYLEM PLANI, Bartın Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Bartın
- Cittaslow Türkiye. (2014). Cittaslow Uluslararası Organizasyonu, <http://cittaslowturkiye.org/#uluslararası>, Erişim Tarihi: 23 Nisan 2017.
- Cittaslow Türkiye. (2014). Cittaslow Kriterleri, <http://www.cittaslowturkiye.org/cittaslow/131cittaslow-kriterleri.html>, Erişim Tarihi: 23 Nisan 2017.
- Jeffrey P., Pounder J. (2000). Physical and Environmental Aspect, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Karaçoğlu, H.(2013). Amasra Müzesinde Bulunan Tel Kırma (Bartın İşi) Ve Hesap İşi Ürünler Üzerine Bir Araştırma, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü El Sanatları Eğitimi Ana Bilim Dalı Nakış Eğitimi Bilim Dalı, Ankara.
- Karakaş Özur N. (2016). Sakin Şehir/Cittaslow Hareketi ve Yerleşme Coğrafyası, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Nisan 2016, Sayı: 37, ss. 151-179.
- Milli Parklar Dairesi Başkanlığı. (2013). Göreme Tarihi Milli Parkında Alan Yönetimi ve Yönetim Etkinliği, Nevşehir.
- T.C. İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2015). UNESCO Dünya Miras Yolunda Amasra Stratejik Eylem Planı, Bartın.
- Tunçer, M.(2003). Amasra'da Doğal, Tarihsel, Kültürel Ve Kentsel Değerlerin Bütüncül Korunması, Amasra Belediyesi, Bartın.

KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE YENİLENEBİLİR ENERJİ KAYNAKLARININ KULLANIMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN TURİZME OLAN EKONOMİK ETKİLERİ

Yrd. Doç. Dr. İsmail GÜMÜŞ
Sakarya Üniversitesi
igumus@sakarya.edu.tr

Arş. Gör. Talha Enes GÜMÜŞ
Sakarya Üniversitesi
tgumus@sakarya.edu.tr

Özet

Konaklama işletmelerinde konaklayan müşterilere sunulan hizmet faaliyetleri içinde enerji kullanımı önemli bir yer tutmaktadır. Bu işletmelerde ısıtma, serinletme, havalandırma, aydınlatma ve temizlik gibi temel ihtiyaçların gerçekleştirilmesi enerji kullanımını doğrudan etkileyen önemli faktörler arasındadır. Bu faaliyetlerin yapılması sırasında konaklama işletmelerindeki enerji kullanımı yoğunlaştırırken maliyetleri de arttırmaktadır. Dolayısı ile konaklama işletmelerindeki hizmetlerin sürdürülebilirliği için ihtiyaç duyulan enerjinin daha uygun maliyetle elde edilebilmesi için yenilenebilir enerji kaynaklarının devreye sokulması gerekir. Yenilenebilir enerji kaynaklarının temininde ham madde ihtiyacı olmadan sadece ilk kurulum maliyeti ve kendini kısa sürede amorti etmesi açısından ekonomik olması, kullanımının önemini ve gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda turizm sektöründe yer alan konaklama işletmeleri faaliyetlerini daha ekonomik olarak sürdürebilmeleri için yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelerek yatırım yapmalarını daha avantajlı kılmaktadır. Çünkü enerjide sürdürülebilirliğin yenilenebilir enerji kullanımı ile sağlanması halinde turizm hizmet maliyetlerinin düşmesi ve ekonomik bir ortamın sağlanması mümkün olacaktır. Çalışmamızda yenilenebilir enerji kaynaklarından bahsederek özellikle güneş enerjisi kullanımının artırılmasının ve yaygınlaştırılmasının önemi ve gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda durum tespiti yapılarak konunun ekonomik açıdan değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle sürdürülebilir turizm hedeflerinden biri olan enerji kullanımının verimli ve düşük maliyetli olması için yenilenebilir enerji kaynaklarından güneş enerjisi yatırımlarına ağırlık verilerek, turizmin sürdürülebilirliğine olan ekonomik katkıları ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda konaklama işletmeleri güneş enerjisini etkin şekilde kullanmalarından doğacak olan ekonomik katkıları araştırılarak önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yenilenebilir Enerji, Güneş Enerjisi, Türkiye’de Güneş Enerjisi Kullanımı Sürdürülebilirlik, Konaklama Sektörü, Düşük Maliyetli Enerji.

THE USE OF RENEWABLE ENERGY RESOURCES IN ACCOMMODATION INDUSTRY AND IT’S ECONOMICAL EFFECTS TOWARDS TOURISM IN TERMS OF SUSTAINABILITY

Abstract

Power use has a very important place amongst the service activities which are offered to the customers at accommodation businesses. Within these businesses, getting some of the main necessities such as heating, cooling, ventilating, lightening and cleaning can be counted as some of the main factors that affect power use directly. Doing these kind of activities intensify the power use and increase the costs in these accommodation businesses. Therefore it is necessary to enable renewable energy resources in order to obtain the required energy to provide sustainability to the services at accommodatio businesses in a less costly way. There is no need for raw materials in order to get renewable energy resources, the only cost is the first installation costs. Since it is redeemed in a short amount of time, it reveals that these kind of energy resources are budget-friendly and necessary. In this direction, it is more advantageous for the businesses that operate in tourism industry, to invest in renewable energy resources so that they can actualize their activities in a more economical way. Because it will be possible to provide an economical environment by decreasing the service costs in tourism industry in terms of providing sustainability in energy by the use of renewable energy resourcses. The importance and necessity to increase and popularize the of use of renewable energy resources, especially solar energy, were mentioned in this study. In this respect, it was aimed to evaluate the topic in an economical aspect by doing a situation assessment. Therefore the economical contributions of solar energy invesments amongst renewable

energy resources to the sustainability of tourism were revealed in order to actualize one of the main goals of sustainable tourism that is providing efficient and low cost energy use. In this direction, a set of suggestions were made in terms of the economical contributions of solar energy if it is used in an effective way by the accommodation businesses.

Key Words: Renewable Energy, Solar Energy, The Use of Solar Energy in Turkey, Sustainability, Accommodation Industry, Low Cost Energy.

1. GİRİŞ

Enerji, hayatın her safhasında temel ihtiyaçların karşılanmasında kullanılan önemli faktörlerden biridir. Bu açıdan kaliteli ve kesintisiz enerji yaşam için çok önemli bir kaynaktır. Dolayısıyla enerji üretimi kesintisiz, güvenilir, ucuz ve temiz kaynaklardan sağlanıp ekonomik olarak kullanılması temel bir gereksinimdir. Zaten tüketilebilir enerji fiyatlarının artması çevreye ve insan sağlığına olan zararları nedeniyle yerli kaynaklardan olan yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı bu nedenle gündemdedir. Yerli ve yenilenebilir enerji potansiyeli olan ülkemizde de son yıllarda bu doğal enerjinin kullanımının sağlanmasına çalışılmaktadır. Bu kaynağın devreye alınmasıyla dışa olan bağımlılık azalırken, sürdürülebilir enerji kullanımının sağlanması ile oluşan enerji tüketiminin çevresel zararları en aza indirilerek ekonomiye de önemli bir katkı verilmiş olacaktır. Bu doğrultuda doğal enerji üretimi için kaynak çeşitliliğinin artırılması, sera gazı emisyonlarının azaltılması, atıkların değerlendirilmesi ve çevrenin korunması noktasında ihtiyaç duyulan yenilenebilir enerji için gerekli üretim sektörlerinin 5346 sayılı kanunla geliştirilmesi ve desteklenmesine imkan verilmiştir (5346 Sayılı Kanun).

Yenilenebilir enerji doğal yollarla elde edilebilen ve sayısız olarak kendi kendini yenileyebilen kaynaklardır(International Energy Agency). Bu kaynaklar neredeyse sınırsız düzeyde olup tekrardan enerjiye dönüşebilmektedirler. Yani kendi düzeni içinde kendisini sürekli yenileyen ve tükenme tehlikesi olmayan doğal kaynaklar olarak bilinmektedirler. Bu kaynaklardan olan güneş enerjisi de tükenmeyen en önemli doğal bir enerji kaynağıdır. Çevreyi kirleten ve tüketilmesi kaçınılmaz olan birincil enerji kaynaklarının yerini alabilecek olan yenilenebilir enerji kaynaklarından güneş enerjisi ve diğerleri çevre kirliliği yapmayan, daha sağlıklı ve daha ekonomik ve de zengin kaynaklardır (Güneş M., 1999).

Özellikle bu kaynaklardan olan güneş enerjisinden bir saniyede dünyaya gelen enerji, dünyanın toplam enerji üretiminin kat kat üstündedir. Bu kadar zengin bir kaynak olmasına rağmen Türkiye bu güneş enerjisinden yeterince faydalanamamaktadır. Bu enerji sisteminin hayata geçirilmesinde en önemli engel kurulum maliyeti geleneksel enerji kaynaklarına nazaran yüksek olması olmuştur. Ancak son dönemde gerçekleştirilen güneş enerjisi üretim ve depolama teknolojilerindeki gelişmeler kurulum maliyetlerinin hızla düşmesine neden olmuştur. Bundan dolayı güneş enerjisi tesislerinin kurulması önceleri fazla tercih edilmemiş, ancak şimdilerde bu enerji sistemi teknolojik maliyetlerin düşmesiyle uygun maliyetle kurulabilmekte ve ayrıca devlet tarafından bu sistem desteklenmektedir.

Aslında yenilenebilir enerji kaynakları güneş, rüzgâr, jeotermal, biokütle okyanus, hidrolik ve hidrojen enerjisi olarak bilinmektedirler. Yenilenebilir enerji kaynakları, sürekliliği nedeni ile sürdürülebilir olmalarının yanında dünyanın her ülkesinde bulunabilmelerinin de önemi büyüktür. Ayrıca çevresel etkileri, yenilenemeyen enerji kaynaklarına oranla çok daha azdır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı, mevcut teknik ve ekonomik sorunların çözümlenmesi halinde 21. yüzyılın en önemli enerji kaynakları olacağı kabul edilmektedir .(Kumbur ve Ark.2005). Bu durumda yenilenebilir enerji kaynaklarının yaygınlaştırılması sağlanırken özellikle de güneş enerjisinden enerji üretiminin devreye alınması halinde ülke ekonomileri çok önemli bir katkı almış olacaktır.

Çalışmamızı ülke çapında yaygın olan konaklama sektörü açısından ele alarak bu sektörde faaliyetlerin gerçekleşmesi sırasında oluşan giderler arasında ikinci sırada yer alan enerji tüketimi görülmüştür. Tüketilen bu enerjinin maliyeti oluşan gider kalemleri içinde üst sıralarda yer alması dikkat çekmektedir. Bu durum aynı zamanda fiyatların artmasına neden olurken, müşterilerin

olumsuz etkilenmesine de sebep olmaktadır. Bu açıdan konaklama sektöründe enerji maliyetlerinin azaltılabilmesi için güncel enerji tasarrufları yanında ciddi ve kalıcı alternatif enerji kaynaklarından oluşan yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımına geçilmelidir. Çünkü yenilenebilir enerji kaynaklarından olan güneş enerjisinden gerçek ve tüzel kişiler elektrik üretmeleri ve ihtiyaçlarının üzerinde ürettikleri elektrik enerjisini dağıtım sistemine vermeleri halinde elektriğin birim kws'ını devlet 0,133 dolar cinsinden satın almaktadır. Dolayısıyla devlet yenilenebilir enerji kaynaklarını kullanarak üretim yapan işletmeleri desteklediği gibi üretilen enerjiyi de alım garantisi vererek adeta teşvik etmektedir. Bu bağlamda yenilenebilir enerji gurubundan olan güneş enerjisinin konaklama otellerinin çatılarında kurulup enerji üretilmesinin süreklilik ve sürdürülebilirlik açısından ele alarak irdelenmiştir. Zaten çalışmanın amacı yenilenebilir enerji kaynaklarından güneş enerjisinin kurulum maliyeti üzerinde durularak Sakarya'da yaklaşık 100 m²'lik bir alan üzerine kurulu güneş enerjisi üretimi tesisinin kendini yaklaşık 6 ile 8 yıl arasında tamamen amorti ettiği belirlenmiştir. Ayrıca çalışmamızda betimsel yaklaşım esas alınarak ikincil kaynaklarından yararlanılmıştır.

2.YENİLENEBİLİR ENERJİNİN GELİŞİM SÜRECİ VE ÖNEMİ

Günümüz dünyasında özellikle gelişmiş ülkelerde yenilenebilir enerji üretimi ile ilgili enerji verimliliğinin artırılması çalışmaları her geçen gün artma eğilimindedir. Sürdürülebilir enerji için gerekli olan yenilenebilir enerji sistemlerinin hızla çoğalması ekonomik büyüme yanında yeni teknolojilerin geliştirilmesine, geleceği olan yeni iş alanlarının meydana çıkmasına yol açmaktadır.(Moreno ve Lopez, 2008).Zaten enerjide en önemli husus, enerjinin arz güvenliği, olumlu çevresel etkileri, maliyetlerin düşmesi ve yeni istihdam alanlarının oluşmasına imkan sağlaması olayıdır. Bu açıdan yenilenebilir enerji üretimi, ülkelerin enerji ihtiyaçlarını yerli ve doğal kaynaklarla sağlayarak dışa olan bağımlılıklarını azaltıp ekonomiye doğrudan katkı sağlaması eylemidir. Aslında güneş enerjisi yenilenebilir enerji kaynaklarının büyük bir bölümünün ana kaynağı olduğu ve bu kaynaklar üzerinde dolaylı, dolaysız etkisinin yüksek olduğu bir gerçektir. Hatta birincil enerji kaynakları olan kömür, petrol ve doğalgaz üzerinde de güneş enerjisinin etkisi çok büyüktür. Bu nedenle güneş dünyanın en önemli enerji kaynağı olarak bilinmelidir. İlâveten yenilenebilir enerji kaynaklarını Tablo.1.deki gibi listelenmek mümkündür (Erdal T. K. İsmail K., Seta).

Tablo 1: Yenilenebilir Enerji çeşitleri Ve Kaynakları

YENİLENEBİLİR ÇEŞİTLERİ	ENERJİ	ENERJİNİN KAYNAĞI
Güneş Enerjisi		Güneş
Rüzgar Enerjisi		Rüzgar
Jeotermal Enerji		Yeraltı Suları
Hidrolik Enerji		Nehir Ve Akarsular
Biokütle Enerjisi		Biyolojik Atıklar
Dalga Enerjisi		Okyanus Ve Denizler
Hidrojen Enerjisi		Su Ve Hidroksitler

Günümüz dünyasında kullanılmakta olan enerjinin büyük çoğunluğu birincil enerji kaynaklarından elde edilmektedir. Dünyada 2011 yılı itibariyle birincil kaynaklardan sağlanan enerjinin kullanımında en büyük paya sırasıyla; petrol %33.1, kömür %30.3 ve doğal gaz %23.7 olarak sahip olmuştur. Burada yenilenebilir enerji kaynakları oranı ise %12,9 olarak rüzgar, güneş, bio yakıt ve jeotermal enerji kaynakları olduğu belirlenmiştir (BP Statistical Review).Türkiye'de ise 2011 yılında enerji kaynakları tüketiminde sırasıyla; doğal gaz %45.4, taşkömürü %28.8, hidrolik barajlı 22.8, petrol %0.4 ve diğer yenilenebilir enerji kaynakları ise %2.6 civarında kalmıştır. Bu

doğrultuda ülkemizi enerji kaynakları tüketimi açısından 2016 yılını dikkate alarak incelediğimizde ise sırasıyla; doğal gaz % 28.2, taşkömürü % 22, hidrolik barajlı %24.9, petrol %0.5, çok yakıtlılar %5.8 ve yenilenebilir enerji kaynakları üretimi ise % 18.5 şeklinde gerçekleşmiştir. Bu verilere göre ülkemiz büyük oranda kömür ve doğal gazdan enerji üretiminde dışa bağımlı olduğu görülmekte olup yenilenebilir enerjide ise çok önemli bir mesafe almış bulunmaktadır (TEİAŞ İstatistikleri).

Bu durumda yenilenebilir enerji kullanımı nihai enerji üretimi içerisindeki oranı düşük ama her geçen yıl artış eğilimi devam etmiş durumdadır. Aslında dünyadaki enerji tüketiminin büyük çoğunluğu yine de birincil kaynaklardan karşılanmaktadır. Çünkü bu birincil yakıtlar yenilenebilir enerji üretiminden daha düşük maliyetle üretilmektedirler.

Ancak dünyanın geleceği için daha ekonomik ve daha sağlıklı enerji olan yenilenebilir enerji kaynaklarının devreye alınması için yeni ve ileri teknolojiler kullanarak enerji üretimine hız verilmiş bulunmaktadır. Bu durumda yeni ve ileri teknolojiler sayesinde başta rüzgâr ve güneş olmak üzere yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretiminin yapılması maliyetleri azaltıcı etki yapmaktadır. Özellikle güneşi ve rüzgârı bol olan bölgelerimizde bu enerjinin üretilip kullanılması birincil yakıt maliyetleri ile rekabet edebilir duruma imkân vermektedir. (Adnan Z, 2016) Bu doğrultuda yapılan çalışmalar hızla devam etmekte olup dünya genelinde tüketilen enerjinin yaklaşık yüzde 20'si yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilmektedir. Yenilenebilir enerji kaynaklarından özellikle güneş enerjisi yeryüzünde en yaygın bulunmasına rağmen bu enerjinin yalnızca % 4 insanlar tarafından kullanılmaktadır. Ancak son zamanlarda dünyada ve ülkemizde gelişen teknolojiler yanında devlet desteği ile güneş enerjisi üretiminin artması sağlanmıştır.

Ülkemizde ki durum ise güneş enerjisi kullanımında özellikle 2014 yılından sonra önemli bir büyüme kaydedilmiştir. Coğrafi konumu sebebiyle ülkemiz güneş enerjisi potansiyeli açısından birçok ülkeye göre avantajlı konumdadır. Ülkemizde ortalama yıllık toplam güneşlenme süresi metrekarede 2640 saat olup, ortalama toplam ışınım şiddeti metrekarede yılda 1311 kWh olarak tespit edilmiştir. Türkiye'de gerekli yatırımların yapılması halinde günde birim metrekaresinden 1100 kWh'lik güneş enerjisi üretebilir. Ayrıca ülkemizde kolektörlerden yararlanılarak üretilen ısı güç 9.3 GWt seviyelerinde olup güneş enerji sistemlerinin kurulu gücü ise 5 MW'a ulaşmış bulunmaktadır (MMO, 2012).

Türkiye son yıllarda yenilenebilir enerji alanında ciddi ilerlemeler yapmıştır. 2002 yılında yenilenebilir enerji kaynakları kurulu gücü 12 bin 277 MW iken bu gücünü 2016 yılında 33 bin 352 MW seviyesine çıkarmış bulunmaktadır. Yenilenebilir enerji kaynakları kullanılarak elde edilen elektrik üretimi 2002 yılında 34 milyar kWh iken 2015 yılında bu rakam 84 milyar kWh düzeyine getirilerek bu alanda ciddi bir ilerleme yapılmıştır. (2017 Bütçe Sunumu, Enerji).

2011 yılında yenilenebilir kaynaklardan elektrik enerjisi üretiminden en fazla yararlanan ülke Çin 282 GW'dir. Dünyada yenilenebilir elektrik güç kapasitesi 1360 GW olup aynı yıl Türkiye'nin yenilenebilir elektrik güç kapasitesi 19 GW olarak gerçekleşmiştir (Renewables Global Statüs - 2012). Ancak yenilenebilir enerji teknolojisine yapılan yatırımlar ve devlet desteği ile bu üretim kapasitesi giderek artmıştır. Çünkü ileri teknoloji kullanımı ve devlet desteği sayesinde yenilenebilir enerji üretim maliyetleri belirgin şekilde düşerek bu enerjinin üretimi artarken kullanımı da giderek yaygınlaşmış durumdadır.

Türkiye'nin güneş enerjisi potansiyeli ve güneşlenme süresi değerlerinin bölgelere göre dağılımı incelendiğinde ise en fazla güneş enerjisi alan bölgenin 1.460 kWh/m²-yıl ile Güney Doğu Anadolu Bölgesi olduğu, onu 1.390 kWh/m²-yıl ile Akdeniz Bölgesi'nin izlediği görülmektedir. En az güneş enerjisi alan bölge ise 1.120 kWh/m²-yıl ile Karadeniz Bölgesidir. Ancak, bu değerlerin, Türkiye'nin gerçek potansiyelinden daha az olduğu, daha sonra yapılan çalışmalar ile anlaşılmıştır. Tablo 2'de Türkiye'nin yıllık toplam güneş enerjisi potansiyelinin bölgelere göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 2: Türkiye'nin Yıllık Toplam Güneş Enerjisi Potansiyelinin Bölgelere Dağılımı

Bölgeler	Toplam Güneş Enerjisi	Güneşlenme Süresi
----------	-----------------------	-------------------

	(kWh/m ² – yıl)	(Saat/yıl)
G.Doğu Anadolu	1460	2993
Akdeniz	1390	2956
Doğu Anadolu	1365	2664
İç Anadolu	1314	2628
Ege	1304	2738
Marmara	1168	2409
Karadeniz	1120	1971

Kaynak: Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü, 2014, <http://www.eie.gov.tr>.

1992 yılından bu yana Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü ve DMİ, güneş enerjisi değerlerinin daha sağlıklı olarak ölçülmesi amacıyla güneş enerjisi ölçümleri yapmaktadırlar. Devam etmekte olan ölçüm çalışmalarının sonucunda, Türkiye güneş enerjisi potansiyelinin eski değerlerden % 20-25 daha fazla çıkması beklenmektedir (Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü, 2014).Güneş kuşağı içinde bulunan ve bu nedenle güneş enerjisi kazancı açısından zengin olan Türkiye, bu potansiyelini henüz tam olarak kullanamasa da coğrafi konumu nedeniyle güneş enerjisi potansiyeli bakımından birçok ülkeden daha avantajlı bir konumdadır.

Tablo 3: Enerji Santrallerinin Kurulum Ve Birim Maliyetini Karşılaştırılma

ENERJİ SANTRAL TÜRÜ	KURULUM MALİYETİ (\$/KW)	BİRİM MALİYET (\$/KW)
Doğalgaza Dayalı Termik Santraller	680	0,03
İthal Kömüre Dayalı Termik Santraller	1450	0,035
Linyite Dayalı Termik Santraller	1600	0,025
Petrole Dayalı Termik Santraller	2000	0,06
Nükleer Santraller	3500	0,075
Hidroelektrik Santraller	750-1200	0,0005
Rüzgâr Santraller	1450	0,045
Isıl Teknolojili Güneş Santralleri	3000-5000	0,20
Fotovoltaik Teknolojili Güneş Santralleri	5000-6000	0,25

Kaynak: Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü, 2014, <http://www.eie.gov.tr>.

Tablo 3’de enerji santrallerinin kurulum ve birim maliyetlerinin karşılaştırılmasında en pahalı yatırım güneş enerjisi olduğu görülmektedir. Ancak bu durum ileri teknolojiler devreye alınarak güneş enerjisi üretimi lehinde değişmektedir. Ayrıca gelişmiş ülkelerde yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanılması teşvik edilerek üretilen güneş enerjisi devletçe satın alınmaktadır. Aynı şekilde 5346 sayılı kanuna göre Türkiye’de de üretilen güneş enerjisi devlet tarafından birim fiyat 0,133 dolardan satın alınmaktadır. Hal böyle olunca giderek güneş enerjisi üretiminin yaygınlaşacağını ve diğer enerji kaynaklarıyla rekabet eder duruma gelebileceğini ortaya koymaktadır.

Tablo 4: Türkiye'nin Yenilenebilir Enerjiyi Destekleme Birim Fiyatı

Yenilenebilir Enerji Kaynaklı Üretim Tesisleri	Fiyat \$/kWs)
Hidroelektrik Üretim Tesisleri	0,073
Rüzgar Enerjisi Üretim Tesisleri	0,073
Jeotermal Enerjisi Üretim Tesisleri	0.105
Biokütle Üretim Tesisleri	0.133
Güneş Enerjisi Üretim Tesisleri	0.133

Kaynak: 5346 Sayılı Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Elektrik Enerjisi Üretimi Amaçlı Kullanımına İlişkin Kanun I Sayılı Cetvel, 2010.

Güneş enerji santralleri ile elektrik üretim birim kW's maliyeti 0,25 dolardır olarak belirlenmiş, ancak ülkemizde 5346 Sayılı Kanuna göre devletin alım yaptığı kW's birim fiyat 0,133 dolar olarak uygulamaktadır. Devletin destekleme mekanizması doğrultusunda üretilen güneş enerjisi bu fiyattan satın alınmaya devam edilmektedir. Güneş enerjisi dünya için sonsuz bir enerji kaynağı olup bir saat içinde güneşten dünyaya ulaşan enerji miktarı dünyanın yaklaşık bir yıllık enerji ihtiyacını karşılamaya yetecek düzeydedir. Diğer bir ifadeyle bu enerji dünyadaki diğer enerji kaynaklarından sağlanan enerjinin yaklaşık 5 bin katıdır. Güneş enerjisi diğer enerji kaynakları potansiyelinin ve dünya genelinde yıllık enerji tüketiminin kat ve kat üstünde bir potansiyele sahip olduğu bir gerçektir (Gazibey Y, 2012). Bu doğrultuda insanlık için çok önemli bir enerji kaynağı olan güneş enerjisinden elektrik enerjisi üretilmesi kaçınılmazdır. Zaten birincil yakıtlardan elde edilen enerjinin dünyayı kirleterek çevreye karşı zararlı sonuçlar vermesinin anlaşılmasıyla birlikte doğal ve temiz olan güneş enerjisi daha da bir önem kazanmış bulunmaktadır.(Kahraman, 2010).

Aslında güneş enerjisi kullanımı dünyada 2014 yılından sonra yüzde 25'lik bir büyüme kaydetmiştir. 2015 yılında güneş enerjisinde 50 GW'lık bir kapasite artışı gerçekleştirilmiş ve küresel ölçekte toplam 227 GW kapasiteye ulaşılmıştır. Güneş enerjisi kurulu gücünde en fazla kapasite Avrupa kıtasında bulunurken, onu Asya ve Kuzey Amerika takip etmektedir. Diğer taraftan dünya genelinde en fazla güneş enerjisini elektriğe dönüştüren tesislere sahip olan ülkeler sırasıyla Çin, Almanya, Japonya, ABD ve İtalya'yadır. Kişi başına düşen güneş enerjisini elektriğe dönüştüren tesis kapasitesi bakımından ise 2015 yılında Almanya ilk sırada yer alırken Çin, Japonya ve ABD'nin önemli bir seviyede oldukları görülmektedir. Bunun yanında güneş enerjisinden ısı elde etme kapasitesi açısından ilk sıralarda bulunan Çin, ABD ve Almanya'yı Türkiye takip etmektedir. Görüldüğü üzere Çin güneşten enerji üretme ve bundan yararlanma açısından oldukça önemli bir noktadadır.

2016 yılı sonu itibarıyla Türkiye yenilenebilir enerji toplam kurulu gücü yaklaşık 15 GW olarak kayıtlara geçmiştir. 2016 yılı sonu itibarıyla Türkiye'nin toplam elektrik enerjisi üretim kaynaklarının yüzde 18,5'i yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılanmaktadır. Bu oranın %9,1 hidroelektrik enerjisi, % 7,3'ü rüzgâr enerjisi, % 1,1'i güneş enerjisi, % 1,'i ise jeotermal enerjisi kaynaklarından oluşmaktadır (TEİAŞ İstatistikleri).

3.KONAKLAMA TESİSLERİNDE YENİLENEBİLİR ENERJİ KULLANIMI

Ülkemizde kullanılan enerjinin büyük bir çoğunluğu birincil yakıtlarından, geri kalanı ise nükleer ve yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılanmaktadır. Bu birincil enerji kaynaklarının yerine doğal kaynak durumunda olan yenilenebilir enerji kaynaklarının devreye alınması hem ekonomik olma açısından hem de çevre sağlığı açısından çok daha yararlı olduğu bilinmektedir. Bu doğrultuda ülkemizin geneline yaygın olan konaklama sektörleri faaliyetlerini sürdürülebilir olma açısından yenilenebilir enerji üretimi konusunda en uygun olan bir sektördür. Çünkü konaklama sektörü emek yoğun ağırlıklı olup 7 gün 24 saat aktif haldedirler. Yüzlerce çalışanı ve binlerce turisti ağırlayan bu sektörde ısıtma, serinletme, aydınlatma, temizlik ve mutfak hizmetlerinin yapılmasında araç gereç kullanımı ve bunların yanında turistlerin özel enerji tüketimleri enerji kullanım maliyetlerini arttırmaktadır.

Bu durumda konaklama otelleri ileriye dönük faaliyetlerini sürdürülebilirlik açısından enerji yatırımlarına dikkat etmek zorundadırlar. Çünkü bu işletmelerin enerji tüketim harcama kalemleri giderek artma eğilimindedir. Bu nedenle konaklama sektörü yenilenebilir enerji kaynaklarından olan özellikle güneş enerji sistemlerini devreye alarak enerji kullanım maliyetlerini uzun vadede aşağıya indirerek rekabet avantajı sağlamaları mümkündür. Ancak güneş enerjisi tesisinin kurulumu başlangıçta ek yatırım maliyeti getirmesi normal kabul edilmelidir. Çünkü ilerleyen süreçte bu enerji türünün kullanımı konaklama otellerinin işletme maliyetlerinin azaltılmasında ciddi kazanımlar sağlarken çevreye de yararlı sonuçlar verdiği unutulmamalıdır.

Yenilenebilir enerji kaynaklarından olan güneş enerjisi doğal ve sağlıklı bir kaynak olup üretiminde veya tüketiminde çevreye zarar veren atıkları olmaması konaklama otelleri için önemli bir avantajdır. Ayrıca artan enerji maliyetleri konaklama işletmelerini daha uygun ve daha ekonomik enerji kullanımına zorlamaktadır. Bu kapsamda konaklama otellerinin güneş enerjisinden daha çok

yararlanacak şekilde tasarlanıp güneş enerji sistemlerine gereken önemi vermeleri gerekir. Çünkü konaklama otelleri çatılarına enerji üretim panellerini koymak suretiyle kendi elektriklerini kolaylıkla üretebilirler. Zaten enerji üretilmeye başladıktan belirli bir süre sonra enerji maliyeti giderek azalmakta hatta sıfırlanabilmektedir. Bu durumda güneş enerjisinden yararlanarak enerji maliyetlerini azaltan konaklama otelleri elde etmiş oldukları bu kazanımları otelin diğer bölümlerinde kullanarak hizmet sunum kalitesini artırarak rekabet üstünlüğü sağlayabilirler.

4.GÜNEŞ ENERJİSİ TESİSİNİN KURULUM MALİYETİ

İşletmelerin asıl amacı mal ve hizmet üretip bunu satmak ve buldukları ortamda iyi bir intiba bırakarak faaliyetlerini devam ettirmektir. Bunun içinde ürettikleri mal ve hizmetlerin maliyetlerini belirlemek zorundadırlar. Günümüzde birçok işletme üretip sattığı mal ya da hizmetin maliyetini tahmini olarak belirlemeye çalışmaktadır. Bu durumda gerçekçi bir maliyet tespiti yapılamadığından doğru bir fiyatlama da yapılamamaktadır. Aslında işletmeler ürettiği ürünün ya da hizmetin maliyetini bilmeli ki satışta kar ya da zarar yaptıklarını bilebilsinler. Zaten işletmeler yoğun bir rekabet ortamında etkin verimli olabilmeleri için üretim maliyetlerini doğru bir şekilde tespit etmeleri gerekmektedir. Bu durumun yapılması ile işletmelerde olumlu ya da olumsuz gelişmeler sırasında yönetime müspet katkı verilebilir.

Ülkemizde yoğun olarak faaliyet gösteren konaklama otelleri modern güneş enerjisi sistemleriyle kendi enerjilerini üretip işletmelerinin enerji maliyetlerini düşürmek için önemli bir imkana sahip bulunmaktadırlar. Türkiye’de özellikle turizm tesislerinin bulunduğu ege, güney ve güney doğu bölgelerinde güneşin yoğun olması bu tesisin kurulmasıyla enerji maliyetlerini düşürmek çok önemli bir fırsat ve de imkandır. Bu nedenle konaklama otellerinin en büyük maliyetleri arasında yer alan enerji maliyetlerini düşürmek için güneş enerjisinin devreye alınmasında fayda vardır. Zaten Türkiye’nin ortalama yıllık toplam güneşlenme süresi 2.640 saat olup günlük ifadesi ise toplam 7,2 saattir. Bu durum ülkemizdeki güneş enerjisi potansiyelinin çok iyi bir seviyede olduğunu ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda ülkemizde Lisansız Elektrik Üretim Yönetmeliği kapsamında, 1MW’a kadar yenilenebilir enerji üretimine dayalı elektrik üretimi izin alınmaksızın yapılabilmektedir. Bu durumda küçük ölçekli işletmelerin önü açılarak yenilenebilir enerji üretimiminin gerçekleştirilmesine devletçe destek verilmektedir. Yenilenebilir enerji gurubundan olan güneş enerjisinden üretilen elektrik enerjisinin maliyet hesaplarında santralin kurulacağı bölgeye bağlı olarak az da olsa değişiklikler olmaktadır. Her ne kadar enerji santralının kurulacağı alan güneşlenme açısından önemli ise de Türkiye’nin ortalama günlük güneş alma süresi 7,2 saat olması güneş enerjisi potansiyelinin genel olarak yüksek olması tesis maliyetlerinde fazla farklılık oluşturmamaktadır.

Genel olarak enerji santrallerinin ilk yatırım maliyetleri, yenilenebilir ve yenilenemez enerji santralleri üretme başlamadan önceki kurulum sırasında enerjinin üretime hazır hale getirilmesi amacıyla makine, teçhizat, bina, arazi ve benzeri temel nesnelere için yapılan harcamalar bu tesislerin maliyetini oluşturmaktadır. Üretim maliyetleri ise enerji santralının kurulum sonrası bu santralden enerji üretmek için yapılması gereken harcamalar olup sabit ve değişen maliyetler olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

Tablo 5: Enerji Santrallerinin Kurulum Maliyetleri

ENERJİ SANTRAL TÜRÜ	İLK YATIRIM MALİYETİ (\$/KW)	SABİT İŞLETME MALİYETİ (\$/KW)	DEĞİŞEN İŞLETME MALİYETİ (\$/KW)
Rüzgar Santrali	6.230	74	---
Nükleer Santral	5.530	98,28	2,14
Jeotermal Enerji Santrali	4.362	100	---
Biyokütle Enerji Santrali	4.114	105,63	5,26
Güneş Enerji Santrali	3.873	24,69	---
Kömür yakıtlı Enerji Santrali	3.246	37,8	4,47
Hidroelektrikli Enerji Santrali	2.963	14,13	---

Rüzgar Enerji Santrali	2.213	39,55	---
Doğalgaz Yakıtlı Enerji Santrali	917	13,17	3,6

Kaynak: Updated Capital Cost Estimates for Utility Scale Electricity Generating Plants. 2013. Independent Statistics & Analysis

Tablo 5’de, ilk yatırım maliyeti bir birim güç elde edilmesi için ödenmesi gereken maliyet, sabit işletme maliyeti bir yılda santralden birim güç elde edilmesi için ödenmesi gereken maliyet ve değişken işletme maliyeti bir birim enerji elde edilmesi için ödenmesi gereken maliyet olarak değerlendirilmiştir. Çalışmamız özellikle yenilenebilir enerji kaynaklarından olan güneş enerjisi üzerine yapılmıştır. Tabloda da görüleceği üzere güneş enerji tesisinin ilk kurulumunda oluşan maliyet ile kısmı bir sabit maliyetle olay tamamlanmaktadır. Üretim sürecinde değişen maliyet unsurları bulunmamaktadır. Çünkü hammadde alımı ve işçilik kullanımı bu süreçte olmamaktadır. Dolayısıyla güneş enerjisine dayalı elektrik üretim maliyeti ilerleyen süreçte düşük olabileceği gibi dışa bağımlılığı da azaltacaktır. Çalışmamızda yenilenebilir enerji kaynaklarından olan güneşten enerji üretimi detaylı olarak ele alınmış olup bu tesisin kurulumu için oluşan maliyetler ile diğer maliyetlerin tespiti yapılarak örnek bir uygulama aşağıda yapılmıştır.

5. SAKARYA’DA 15 KW LİK BİR GÜNEŞ ENERJİSİ TESİSİNİN KURULUM MALİYETİ İLE İLGİLİ BİR UYGULAMA

Güneş enerjisi tesisinin ilk kurulumu için güneşten gelen ışınları elektrik enerjisine çeviren güneş panellerine yatırım yapılması bu yatırımın ağırlıklı maliyetini oluşturmaktadır. Bu paneller arasında en verimli güneş paneli mono kristal panellerdir. Tesis ilk kurulurken oluşan masraftan sonra herhangi bir harcama yapılmamaktadır. Aslında güneş enerjisi yatırımları pahalı olmaktan çıkmış durumdadır. Çünkü devlet bu tür kaynaklardan elektrik üretimi için önemli kolaylıklar sağlamış bulunmaktadır. Bu durum güneş enerjisinden elektrik üretim maliyetlerinin düşük gerçekleşmesine neden olmuş bulunmaktadır.

Sakarya ili içerisinde 6 daireden oluşan bir meskenin çatısına 98,208 m² lik bir alanda 15 kW (15.000 Watt) kurulu güce sahip olan güneş enerjisinden elektrik üretim sistemi modellenerek kurulmuştur. Sistemin tasarımında güneş panelleri arasında verimi en yüksek olan mono kristalin silikon paneller seçilmiştir. Sistem 60 adet 250 w güce sahip panellerden oluşmaktadır. Sistemde bulunan her bir panel 1,6368 m² yer kaplamakta olup, toplam 98,208 m² yerden oluşmuştur. Kurulan güneş enerji sistemini oluşturan 60 adet panel ve diğer teçhizatların toplam fatura maliyeti 19.500 \$ olup (1.3x15000) Türk lirası olarak 68.250 TL’dir.

Sistemin Sakarya ili için güneşlenme süreleri ve güneşin geliş açısını referans alarak panellerin verimini hesaplamak için, PVSYST programı kullanılarak bir yıl için sistemin üretebileceği elektrik enerjisi hesaplanmıştır. Ayrıca bir yıl boyunca reel sistemin ürettiği enerji üretimi takip edilerek aşağıdaki tabloda karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Program verileri ile gerçekleşen üretim verileri birbirine yakın olduğu tablo 6 da görülmektedir.

Tablo 6: Güneş Enerji Tesislerinin Program Ve Gerçek Enerji Üretimleri

	Program(PVSYST)		Gerçek Üretim	
	kWh/Gün	kWh/Ay	kWh/Gün	kWh/Ay
Ocak	26,31	815	25,65225	794,625
Şubat	34,41	963	33,54975	938,925
Mart	49,01	1519	47,78475	1481,025
Nisan	62,91	1887	61,33725	1839,825
Mayıs	83,62	2592	81,5295	2527,2

Haziran	94,22	2826	91,8645	2755,35
Temmuz	90,41	2803	88,14975	2732,925
Ağustos	81,74	2534	79,6965	2470,65
Eylül	56,69	1701	55,27275	1658,475
Ekim	42,33	1312	41,27175	1279,2
Kasım	29,72	892	28,977	869,7
Aralık	23,93	742	23,33175	723,45
Bir Yıl(Top)	56,4	20.587	54,99	20.072,33

Sakarya ili içerisinde 6 daireden oluşan bir meskenin çatısına kurulan 98,208 m² 'lik bir tesisin elektrik üretimi yıl boyunca takip edilerek fiilen 20072,33 kWh enerji üretildiği tespit edilmiştir. Üretilen enerjinin YEKDEM tarafından yenilenebilir enerji alım fiyat garantisi olan kWh başına 0,133 dolar üzerinden yıllık 20072,33 x 0,133 \$ =2669,6 \$ (9370TL) olarak hesaplanmıştır. Bu durumda 15 kW kurulu güce sahip bir güneş enerji üretim sisteminin maliyeti watt başına yaklaşık 1,3 \$ seviyesindedir.

Dolayısıyla sistemin toplam maliyeti 19.500 \$'dır. Yıllık üretim değerleri baz alındığında sistem $19500/2669 = 7,3$ yılda kendini amorti edebilmektedir. Yaklaşık 6 ya da 8 yılsonunda yenilenebilir enerji kaynaklarından ya da güneş enerjisinden elektrik üretmeye devam eden gerçek ya da tüzel kişiler enerji tüketimini bedava yapabileceklerdir. Ayrıca devlet alım garantisinin devam etmesi, dışa bağımlılığın azalması, bu enerjinin çevre açısından sağlıklı olması ve bakım maliyetlerinin yok denecek kadar az olması nedeniyle günümüzde gerçek ve tüzel kişilerce tercih sebebi olmaktadır.

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Ülkemiz yenilenebilir enerji kaynakları açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu kaynaklar neredeyse sınırsız düzeyde olup kendi kendisini sürekli yenileyen ve tükenme tehlikesi olmayan doğal kaynaklardır. Bu kaynaklardan olan güneş enerjisi de tükenmeyen en önemli doğal bir enerji kaynağıdır. Güneş enerjisi potansiyeli açısından ülkemiz çok iyi durumda olmasına rağmen bu potansiyel istenilen düzeyde etkin ve yaygın olarak kullanılmamaktadır. Ancak son yıllarda tüzel ve gerçek kişiler faaliyetlerini sürdürebilmeleri açısından ihtiyaç duyulan enerjiyi daha uygun maliyetle elde edebilmeleri açısından yenilenebilir enerji kaynaklarından olan güneş enerjisini devreye almalarına devlet destek vererek teşvik etmektedir. Yine de güneş enerjisinden yararlanma olayı istenilen düzeyde değildir. Bu duruma neden olan tanıtımın iyi yapılamaması ve kurulum maliyetlerinin ilk etapta yüksek olmasıdır. Aslında güneş enerjisinin üretim sürecinde ham madde ve işçiliğe ihtiyaç olmadan sadece ilk kurulum maliyetlerinden oluşması ve kurulan tesisin kendini belirli bir sürede amorti etmesi sürdürülebilirlik açısından çok önemli bir enerji kaynağı olduğu gözden kaçırılmamalıdır.

Türkiye enerji ihtiyacının büyük bir kısmını birincil kaynaklardan karşılamaktadır. Bu kaynakların ithal edilerek sağlanması elektrik fiyatlarının yüksek olmasına neden olmaktadır. Konaklama sektörü açısından bakıldığında ise kullanılan elektriğin büyük çoğunluğu bu yolla temin edildiği görülmektedir. Bu durum konaklama sektörünün kullandığı enerji maliyetlerini artırmaktadır. Bu açıdan turizm sektöründe yer alan ve ülkemizde yaygın olan konaklama sektöründeki enerji tüketimleri ele alınarak bu sektördeki faaliyetlerin gerçekleşmesi sırasında oluşan giderler arasında ikinci sırada enerji tüketiminin yer aldığı tespit edilmiştir. Tüketilen bu enerjinin maliyeti oluşan gider kalemleri içinde üst sıralarda yer alması dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda turizm sektöründe yer alan konaklama işletmeleri faaliyetlerini daha ekonomik olarak sürdürebilmeleri için yenilenebilir enerji kaynaklarına özellikle güneş enerjisine yönelerek yatırım yapmalarını gerekli kılmaktadır. Çünkü

enerjide sürdürülebilirliğin yenilenebilir bir kaynak olan güneş enerjisi ile sağlanması halinde konaklama işletmelerindeki hizmet maliyetlerinin düşmesiyle ekonomik bir ortamın oluşmasına ve müşteri memnuniyetinin sağlanmasına imkân verilebilecektir.

Ülke çapında yaygın olan konaklama sektöründe enerji maliyetlerinin azaltılabilmesi için güncel enerji tasarrufları yanında yenilenebilir enerji kaynaklarından olan güneş enerjisi sisteminin kurulup devreye alınması ile ihtiyaçtan fazla üretilen elektrik enerjisi dağıtım sistemine verilerek elektriğin birim kws'ını devlet 0,133 dolar cinsinden satın almaktadır. Dolayısıyla güneş enerjisi tesisini kurup elektrik üretenlere alım garantisi verilerek adeta teşvik edilmektedirler. Bu bağlamda yenilenebilir enerji gurubundan ve ülkemizde bol olan güneş enerjisi sisteminin konaklama otellerinin çatılarında rahatlıkla kurulup enerji üretiminin sağlanması süreklilik ve sürdürülebilirlik açısından çok önemli bir adım olur. İlaveten güneş enerjisi kullanımı sayesinde önemli derecede enerji tasarrufu sağlanarak birincil enerji tüketiminin azalması ile çevrenin kirletilmesi de azalmış olacaktır.

Ayrıca tüm dünyada olduğu gibi ülkemiz için de enerji en önemli stratejik konulardan biri durumundadır. Ülkemiz enerji tüketiminde petrol ve doğalgaz ağırlıklı olup bu konuda dışa bağımlıdır. Enerji konusunda dışa bağımlılığımızı azaltmak ve tükenen enerji kaynaklarının yerine yenilenebilir enerji kaynaklarını özellikle güneş enerjisini koymak için çalışmalar daha da hızlandırılmalı ve bu tür yatırımları stratejik yatırımlar olarak değerlendirmek gerekir. Gerçi güneş enerjisi dahil yenilenebilir enerji kaynak kullanımı yıllar itibarıyla ülkemizde 2012 yılında % 13, 2013 yılında % 14, 2014 yılında % 16, 2015 yılında % 16.7 ve 2016 yılında ise % 18.5 olarak gerçekleşmiş bulunmaktadır(Türkiye Elektrik Üretim). Ülke genelinde yenilenebilir enerji kaynaklarından yararlanma oranı her geçen yıl ciddi oranda bir artma eğilimi göstermiştir. Zaten bu konu ile ilgili yasal düzenlemenin 2011 yılında 4628 sayılı Elektrik Piyasası Kanunu'na bağlı olarak çıkarılan lisanssız elektrik üretim yönetmeliği yenilenebilir enerji kaynaklı elektrik enerjisi üretiminin hızlandırılmasına öncülük ettiğini söyleyebiliriz.

Sakarya ilinde bir meskenin çatısının yaklaşık 100 m²'lik bir alanında kurulan güneş enerji sisteminin toplam edinim maliyeti 19.500 \$'dır. Kurulan güneş enerji sisteminin bir yıl boyunca ürettiği elektrik enerjisi gün gün takip edilerek fiili olarak 18.816,52 kWh enerji ürettiği tespit edilmiştir. Yapılan hesaplamalara göre yıllık üretim değerleri baz alındığında sistem $19500/2669= 7,3$ yılda kendini amorti edebilmektedir. Başlangıçta yüksek maliyetlere sahip olan bu alternatif yenilenebilir enerji sistemleri geri dönüşüm sürelerini 6 ila 8 yıla kadar indirmiş oldukları yapılan uygulama ile tespit edilmiştir.

Sonuç olarak güneş enerji sistemini uygulayan konaklama işletmeleri rakipleri arasında önemli bir üstünlüğe sahip olacaklardır. Çünkü bu enerjiyi kullanan konaklama işletmeleri müşterilerine daha uygun daha cazip imkânlar ve daha sağlıklı ortamları sunabilme durumundadırlar. Bu açıdan yenilenebilir enerji gurubundan olan özellikle güneş enerjisi kullanımının önemi günümüz rekabetçi ekonomilerinde belirleyici bir rol oynayacağı ortada olup bundan sonraki çalışmaların bu yönde yapılması sektöre önemli katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Elektrik Enerjisi Üretimi Amaçlı Kullanımına, İlişkin Kanun, Tarih: 10.05.2005, Sayı: 5346.
- International Energy Agency, Energy Statistics Manual, OECD / IEA and EUROSTAT Publications, 2005, p.15
- Güneş, M., (1999), Fotovoltaik Sistemin Sağladığı Elektrik Enerjisi İle Çalışan Bir Uygulama Sisteminin Tasarımı, Yüksek Lisans Tezi, Elazığ.
- Kumbur, H., Özer, Z., Özsoy, D. H., Avcı, E. D. (2005). Türkiye'de Geleneksel ve Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Potansiyeli ve Çevresel Etkilerinin Karşılaştırılması. III. Yenilenebilir Enerji Kaynakları Sempozyumu,
- Moreno Blanca ve López Ana Jesu s, "The effect of renewable energy on employment, The case of Asturias (Spain)", Renewable and Sustainable Energy Reviews,12, (2008),732-751.)

- Erdal T. K., İsmail K.” Dünyada Ve Türkiye’de Yenilenebilir enerji “Siyaset, Ekonomi Ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA), Baskı: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş., İstanbul
- BP Statistical Review of World Energy, 2012. British Petroleum (BP), London, UK.
- Adnan Z. Amin, “The Falling Costs of Renewable Energy: No More Excuses”, The Huffington Post , 26 Kasım 2016.
- MMO, 2012. Türkiye’nin Enerji Görünümü, Yayın No:MMO/588, TMMOB Makina Mühendisleri Odası, Ankara.
- “2017 yılı Bütçe Sunumu”, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, 8 Aralık 2016, <https://goo.gl/ssbm>
- Renewables 2012 Global Status Report, Renewables Energy Policy Network for the 21st Century (REN21), Paris, France
- Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Elektrik Enerjisi Üretimi Amaçlı Kullanımına, İlişkin Kanun, Tarih: 10.05.2005, Sayı: 5346.
- GAZİBEY Y., (2012), Türkiye İçin Fotovoltaik Güneş Enerjisi Teknoloji Yol Haritası, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Teknoloji Yönetimi Ana Bilim Dalı, Ankara.
- KAHRAMAN D., (2010), Güneş Enerjisi Kaynaklı Elektrik Üretiminin Teknik - Ekonomik Analizi ve Yöresel Uygulaması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Makine Mühendisliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Türkiye Elektrik Üretim-İletim İstatistikleri TEİAŞ, 2017 <https://Teias.Gov.Tr/Tr/Turkiye-Elektrik-Uretim-Iletim-Istatistikleri>

TÜKETİCİLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TÜKETİM BAĞLAMINDA YEŞİL TÜKETİM EĞİLİMLERİ VE DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE GÖRE FARKLILIKLARI

Doç. Dr. Yıldray KIZGIN
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
ykizgin@mu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Kübra KARAOSMANOĞLU
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Muğla Meslek Yüksek Okulu
kkara@mu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Gülay ÖRMECİ
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Muğla Meslek Yüksek Okulu
hgulay@mu.edu.tr

Özlem TAŞ
Kastamonu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İşletme Anabilim Dalı
ozlemtas93@outlook.com

Özet

Yaşamın sürekliliğinin en temel olgularından biri olan tüketim, her boyutu ile dikkat çeken bir görünümüdür. Teknolojideki baş döndürücü gelişmeler, üretimlerdeki artış, tüketicilerin beklentilerinde ve beğenilerindeki değişimler, farklılaşan ürünler ve tüketim harcamalarındaki artış bu görünümün bir parçasıdır. Bu görünümün diğer yarısını da satın alımlarında özenli, çevreye duyarlı, kirliliğe karşı bilinçli, doğal kaynakların korunmasına ve geri dönüştürülebilir üretime destek veren, mal ve hizmet pazarında, haklarını bilen ve sorgulayan, tüketiciler oluşturmaktadır. Son yılların favorisi olarak hızla yükselen çevreci hassasiyet hem satın alımlarda yeşil tüketimin önemsenmesine, hem de doğal kaynakların bilinçsizce kullanımının getirdiği enerji tasarrufunun önemsenmesine yardımcı olmuştur. Doğa ve insanın birbirini tamamlayan olması, doğanın geleceğine ilişkin endişeleri ve gelecek korkusunu da beraberinde getirmektedir. Bu durum tüketicileri, atıkları azaltan, geri dönüşüm açısından etkin, çevre için daha az kirlilik yaratan ve yenilenebilir kaynakların üretimde daha fazla kullanımını talep eden hale getirmektedir. Sürdürülebilirlik açısından çevresel duyarlılığı oluşturmanın ön şartı kaynakların etkin ve verimli kullanılmasıdır. Su, enerji kullanımı ve evsel atıklara tüketicinin yaklaşımı açısından çevre duyarlılığının ve yeşil tüketim bilinç ve davranışlarının incelendiği bu çalışmada çeşitli yaş gruplarından farklı demografik özelliklerde 238 tüketiciye ulaşılmıştır. Tüketiciler bu kaynakların tüketiminde aktif rol alan gruplardandır. Anket yoluyla ulaşılan tüketicilerden elde edilen bilgiler durum analizi ve çeşitli istatistikî yöntemlerle değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çevreye duyarlı satın alma, Sürdürülebilirlik, Çevreci Tutum, Tüketici Davranışı, Yeşil Tüketim.

CONSUMERS'S ECOLOGICAL CONSUMPTION TENDENCIES AND DIFFERENCES BASED ON DEMOGRAPHIC ATTRIBUTES IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE CONSUMPTION

Abstract

Consumption, as it is the main fact of life's continuity, attracts attention with all its aspects. The dazzling improvements in technology, the increase in production, the change in the consumer's expectations and taste, differentiating products and the increase in the consumption expenditures are parts of this appearance. The other half of this appearance is formed by consumers who are careful while purchasing, sensitive to environment, conscious to pollution, supportive to preservation of natural resources and recycling production, conscious and

questioning their rights. Rapidly increasing environmental sensitivity, as the favorite subject of the latest years, assisted the consideration of ecological consumption and the waste of energy caused by the unconscious use of natural resources. The nature and human beings are complementary to each other. This brings the anxiety for the future of nature and the fear for human's future together. This fact pushes the consumers to demand the decrease of the waste, effective in recycling, less polluting, more use of renewable resources in the production of goods and commodities. The main requirement for establishing the environmental sensitivity for sustainability is the efficient and effective use of resources.

In this study, 238 consumers with differentiated demographic qualities and from different age groups are reached in order to understand the environmental sensitivity and ecological consciousness and behaviors basing on their approach to use of water, use of energy and domestic waste. Consumers are active consumers of these resources. The information obtained from the consumers reached through the questionnaire was evaluated by case analysis and various statistical methods.

Key words: Environmentally sensitive purchasing, Sustainability, Environmentalist attitude, Consumer behavior, Green consumption.

1.GİRİŞ

Tüketici nazarında yıllara dayalı olarak değişime uğrayan tüketim kavramı fayda boyutu ve kazandığı niteliklerle tüketici için her daim önemsenen bir olgu olmuştur. İhtiyacın karşılanması ile bağlantılı bir kavram olan tüketim, günümüzde tüketicilerin neleri tüketmeyi tercih ettiği, nasıl tükettiği ve tüketilen miktarları vb. gibi irdelemelerle de değerlendirildiğinde dünya için kritik bir konuyu gündeme taşımaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalarda görüşlerden birisine göre, eğer dünyadaki insanların doğal kaynakları tüketme miktarı şu anki seviyede devam ederse, insanları desteklemek için üç gezegene ihtiyaç olacaktır (Çabuk, Nakipoğlu, Keleş,2008, 85). Bu bilgi de bize istek ve ihtiyaç arasında sürekli gelgitler yaşayan ve tüketim bazında ürün ve hizmeti az sorgulayan, yenilik ve teknolojiden hızlı etkilenen bir çok tüketicinin niceliksel varlığı hakkında fikir vermektedir.

İşletmeler için sanayi devrimi sonrasında ihtiyaca bakış açısı değişirken, gelişen teknoloji ile de pazarlama faaliyetleri önemli farklılaşmıştır. Tüketiciler artık, geleneksel pazarlama yöntemlerine ilgi göstermedikleri gibi sadece, kendilerine fayda sağlayan, değer yaratan, onları bilgilendiren, ilgilerini çeken, onları dinleyen ve katılmaya davet eden markaları takip etmekte (Benli ve Karaosmanoğlu, 2017,29). Hızla artan dünya nüfusu, üretim süreçlerinde meydana gelen teknolojik gelişmeler, küreselleşmenin getirdiği yeni boyutlar, tüketici istek ve ihtiyacında yaşanan farklılaşmalar ülke ekonomilerinin ve dolaylı olarak da tüketicilerin başlıca sorunları haline gelmiştir.

İnsanoğlu uzun zamandır artan tüketim ve üretim ihtiyacını karşılamak amacıyla sınırsız bir kaynak olarak gördüğü doğayı gelişi kullanarak, tahrip etmiştir. Doğal kaynakların sınırlılığı da yeni ihtiyaçların karşılanması için alternatif yeni kaynakların çözüm arayışlarını zorunlu kılmıştır. İnsan ve doğanın birbirinden ayrılmaz bağlarla kenetlenmiş ikili olmasının kaçınılmaz gerçeği karşısında hem doğanın daha az zarar görmesi hem de bu zararların yine insana ve çevreye dönük etkilerinin azaltılması son elli yılın gerek toplumsal düzeyde gerekse işletme düzeyinde en önemli ve popüler konularındandır. Kendi ihtiyaçlarını karşılamak için her türlü davranışı gerçekleştiren insanoğlu çevreyi korumada zaman zaman yetersiz kalmaktadır. Bu yetersizliğin başlıca nedenleri arasında , kuşaklar arasındaki tüketim-ihtiyaç-istek kavramlarına yaklaşımların değişmesi ve daha çok ve hızlı tüketim arzusundaki bireylerin öngörü eksiklikleri ve umursamazlık bulunmaktadır. Bu yönde ortaya konulan çözümlerden en hızlı tespit edileni de, doğal kaynakların tüketiminin kontrol altına alınarak, gelecek nesillere sağlıklı bir çevrenin aktarılmasının sağlanması olarak kabul görmüş olan sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilirliğin üretim ve tüketim süreçlerine taşınması ile olanaklı olduğu yönündedir.

Değişen ve artan tüketici tercihleri doğrultusunda, işletmelerin zaman içerisinde izledikleri üretim ve pazarlama stratejilerinin, gereksinimlerin karşılanmasına yönelik kısmi olumlu kabul görürken, doğa ve insana dair ortaya çıkardığı olumsuz tarafları da tüketiciler tarafından dikkatle izlenerek olumsuz tavırlarla karşılanmıştır. Bu durum tüketicinin bilinçlenmesine, özellikle içinde yaşadığı ve sürdürülebilir olmasını istediği çevreye karşı duyarlılığının artmasına neden olmuştur. Kandemir ve Kürkcü, (2016)'nın de vurguladığı gibi bugün, refah göstergesi olarak sadece kişi başına gelir gibi

maddi unsurlar değil, bunun yanında çevre gibi faktörler de önem kazanmıştır. Tüketiciler tarafından benimsenen bu yeni bakış açısı da işletmelere, yeşil üretim, ekolojik üretim vb. kavramlarla destek vererek üretim yöntemlerindeki çeşitlenmeleri oluşturarak sürdürülebilir bir tüketim anlayışının da gerekliliğini ortaya koymuştur. 2000'li yıllardan itibaren pazarlama stratejilerinde tüketiciye yönelik daha kişisel hizmet, bilgi ve önemseme ön plana çıktı. Tüketiciler de, tek başına hareket etmek yerine işletmelere karşı organize kitleler halinde hareket etmeye başlamıştır (Kızılgın, Yıldırım ve Benli, Tahir, 2011,1).

Bu araştırmada ilk olarak, sürdürülebilirlik kavramına değinilmiş ve sürdürülebilir kalkınma formu içinde yer alan çevreci tüketim anlayışı ele alınmıştır. Daha sonra Yeşil Tüketim ve bu tüketimi gerçekleştiren tüketici grubunun bilinç ve davranışlarına yönelik değerlendirmelerde bulunmak üzere gerçekleştirilen anket çalışmasına yer verilmiştir. Günümüz tüketicisinin gereksinimini önemseyen kadar, ürünler hakkında daha da bilinçli ve duyarlı olup olmadıkları sorgulanmıştır. Araştırmada tüketicilerin yeşil tüketim bilinci ile gerçekleştirdikleri davranışlarında demografik etmenlerin, sürdürülebilirlik açısından nelerle ilişkilendirildiği ortaya konmaya çalışılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Birçok paydaşın kesişim alanında bulunan sürdürülebilirlik kavramı pek çok yönü ile ilişkilendirilerek, bir çok araştırma için esin kaynağı olmuştur. Burada sürdürülebilir tüketim bazlı ve sürdürülebilir tüketiminin yapısını yeşil tüketimle ilişkilendiren çalışmalar üzerinde kronolojik değerlendirme yapılmıştır.

Sınıf öğretmenlerinin sürdürülebilir tüketim davranışını etkileyen bireysel değerlerin incelendiği “Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma” konulu araştırma 2010 yılında Kiracı ve Karalar tarafından yapılmıştır. Araştırma sonucu, evrenselcilik ve güvenlik değer tiplerinin sürdürülebilir tüketim davranış sıklığı üzerinde pozitif yönde etkili olduğu ortaya konmuştur. Ek olarak katılımcılara ilişkin sürdürülebilir tüketim davranış sıklığının orta düzeyde olduğu ortaya çıkmıştır. 2011 yılında ise Kiracı ve Karalar “Çevresel Sorunlara Karşı Bir Çözüm Önerisi Olarak Sürdürülebilir Tüketim Düşüncesi” isimli araştırmasında da sürdürülebilir tüketim yönelik diğer çalışmalardaki ele alınan tanımları incelenmiş olup, kavramın zayıf ve güçlü yanları üzerinde değerlendirme yapılmıştır. Önce ve Marangoz tarafından 2012 yılında gerçekleştirilen “Pazarlamının Sürdürülebilir Gelişmedeki Rolü” çalışmasında ise işletmeler açısından sürdürülebilir büyümede işletme fonksiyonlarının önemi üzerinde durulmuştur. Çalışma, pazarlama faaliyetinin sürdürülebilirlik açısından getirebileceği önerileri ortaya koymuştur. 2013 yılında Özgün Özdemir tarafından hazırlanan yüksek lisans tezi konuyu, “Sürdülebilir Tüketim Davranışlarında Kişisel Değerlerin Rolü: Kadın Öğretim Elemanlarının Giysi Elden Çıkarma Davranışları Üzerine Bir Araştırma” ismi altında incelemiştir. Bireylerin kişisel değerleri ile çevreci tüketim davranışları arasındaki ilgiyi araştırmayı amaçlayan çalışma bireylerin sahip olduğu değerlerin, çevresel yaklaşımlarını etkilemekte ve tüketim davranışlarına yansımakta olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yine 2013 yılında Aksoy tarafından hazırlanan “Sürdürülebilirlik Performansının Değerlendirilmesine Yönelik Ölçek Önerisi Ve Türkiye’deki İşletmelerde Uygulaması” konulu doktora tezinde çok boyutlu ölçekleme analizinden yararlanılarak işletmelerin sürdürülebilirlik performansının değerlendirilmesine yönelik ölçek geliştirilmesi hedeflenmiştir. İki boyutlu uzayda işletmeler sürdürülebilirlik performansları açısından konumlandırılmıştır. Bu ölçek yardımıyla işletmelerin karar alma süreçlerinde sürdürülebilirlik performanslarının değerlendirilmesi yapılmıştır.

2015 yılında Doğan, Bulut ve Çımrın tarafından “Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme” konulu çalışmasında literatürde bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme düzeylerinin ölçülmesine yönelik yeterli sayıda ve kapsamda ölçeğin bulunmadığı görüşünden hareketle bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışlarının ölçülmesi amacıyla bir ölçek geliştirmeyi hedeflemişlerdir. 17 madde ve 4 boyuttan oluşan sürdürülebilir tüketim davranışı ölçeği geliştirilmiştir. Ölçekte yer alan sürdürülebilir tüketim davranışı boyutları ise çevre duyarlılığı, ihtiyaç dışı satın alma, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik olarak ele alınmıştır. Bu

boyutlardan çevre duyarlılığı, tasarruf ve yeniden kullanılabilirlik arasında aynı yönde, ihtiyaç dışı satın alma ile diğer boyutlar arasında ters yönde bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Yine 2015 yılında Üstündağlı ve Güzeloğlu tarafından “Gençlerin Yeşil Tüketim Profili: Farkındalık, Tutum Ve Davranış Pratiklerine Yönelik Analiz” isimli çalışmada literatürdeki mevcut ölçeklerin ifadelerinden yararlanılarak oluşturulan karma bir ölçme aracı ile cinsiyet, düşük/yüksek farkındalık, tutumlar ve satın alma davranışlarına göre yeşil tüketici profilinin analizi yapılmış, sonuç itibarıyla genç tüketicilerde fiyat ve eğitim düzeyinin yeşil tüketimin teşvik edilmesinde pazarlamadan daha etkili olduğu ortaya çıkmıştır. 2015 yılına ait Madran ve Özsoy tarafından yapılan bir diğer çalışmada, “Ürün Ömrü Algısının Sürdürülebilir Tüketim Boyutundan Bir Analizi”dir. Çalışmada tüketim malların yaşam sürecinin tüketiciler tarafından nasıl algılandığı üzerinde durulmuş ve durum sürdürülebilir tüketim açısından değerlendirilmiştir. Sonuç olarak, tüketicinin ürün ömrüne yönelik algı ve tutumlarında belirleyici değişikliklerin kazandırılmaması halinde sürdürülebilir tüketimin hedeflerine ulaşamayacağı belirtilmektedir. 2017 tarihli Atrek ve Madran yazarlı derleme çalışması “Tüketici Perspektifli Sürdürülebilir Tüketim Çalışmaları: Ulusal Alanyazındaki Çalışmalar Üzerine Sistemik Derleme Çalışması” ise Türkiye’de sürdürülebilir tüketim alanında bir referans kaynak olması amacıyla dönük hazırlanmıştır.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

3.1. Sürdürülebilir Kalkınma

Kalkınma toplumların gelişim süreçlerinden başlayarak farklı dönemlerde farklı anlamlarda kullanılan ve toplumdaki topluma da farklılık gösteren bir olgudur. Bazen sanayileşme, modernleşme, ilerleme, büyüme gibi kendine yakın anlamlar taşıyan ifadelerle karşılık bulmuş iken, çoğu zaman da teorilerde olduğu gibi günlük kullanımında da modernleşme, büyüme ya da sanayileşme yerine kullanılmaktadır. Az gelişmiş ülkeler için kalkınma sosyal, kültürel ve ekonomik yapıda gerçekleştirilen değişimler ve düzenlemelerle ifade edilirken, gelişmiş ülkeler için ise sosyal, kültürel ve ekonomik seviyenin mevcut durumdan ileriye taşınması olarak kabul görmektedir.

İkinci dünya savaşından sonra başlayan ekonomik, sosyal, teknolojik vb. alanlardaki kalkınma çabaları, birçok ülkeyi ekonomik olarak gelişmiş ülke statüsüne çıkartırken, aynı zamanda çevresel değerlerin ihmal edilmesi ile orantılı insanlığı tehdit eder boyutta çevre sorunlarıyla karşı karşıya getirmiştir. Başlangıçta kalkınma adına kabul edilebilir görülen çevre sorunları giderek bölgesellikten çıkarak, küresel boyuta ulaşmıştır (Tıraş, H.,2014,58). 1970’lere kadar çevre ile ilgili değerlendirmelere yeterli düzeyde özen göstermeyen insanoğlunun, yaşanan ekolojik sorunların önem ve hız kazanması ile birlikte çevre ile ilgili sorunları fark etmeye başladığı görülmüştür.

Sürdürülebilir kalkınma tarihsel gelişimi süresince farklı alanlarda tanımlanmış olsa da, esas itibarıyla nesiller arası adaletin sağlanması, sosyal ve ekolojik sistemlerin uzun vadede kalıcılığının güvence altına alınmasını amaçlamaktadır (Fischer, 2008,5). Sürdürülebilir kalkınma, özünde insana değer veren, mevcut nüfusun ekonomik ve toplumsal ihtiyaçlarının karşılanması sürecinde gelecek kuşakların da ihtiyaçlarını dikkate alarak doğal ve kültürel kaynakların istikrarlı ve özenli bir biçimde tüketilmesini öngören bir yaklaşımı desteklemektedir (Tıraş, H., 2014,58).

Sürdürülebilir kalkınma, aslında ilk kez tanımlandığı 1987 yılından itibaren özellikle gelişmiş ekonomilerde, daha sonra da gelişmekte olan ülke ve piyasalarda geniş kapsamlı kabul görmüş bir kalkınma modeli önerisidir (WCED - World Commission on Environment and Development-, 1987). Bu model son otuz yılda ekonominin ve kalkınmanın çeşitli alt alanlarında hızla yayılarak tartışılmış ve pek çok yeni kavramın, teori ve pratiklerin ortaya çıkmasına ve denenmesine neden olmuştur (Atrek ve Madran, 2017, 3)

Sürdürülebilir kalkınma kavramının yaşama adapte edilmesinde ise, özellikle BM önderliğinde yapılan çalışmalar öne çıkmaktadır. BM Çevre ve Kalkınma Programı (UNDEP) ve Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonunun (WCED) kurulması, ardından 1987 yılında hazırlanan Brundtland Raporu ve 1992 yılında düzenlenen Rio Zirvesi ile 2002 yılında düzenlenen Johannesburg Zirvesi bu çalışmalara örnek oluşturmaktadır. Sürdürülebilir büyüme ve kalkınma, ekonomik gelişmenin sürdürülebilirlik sınırları içerisinde sağlanmasını öngören bir model olarak ekonomik büyüme ile

ekolojik dengeyi birlikte ele almakta, gelecek kuşakların gereksinimlerini gidermelerini tehlikeye atmadan bugünkü gereksinimlerin karşılanmasına özen göstermektedir.(Önce ve Marangoz, 2012,389).

3.2. Sürdürülebilirlik ve İşletmeler Arasındaki İlişki

Sürdürülebilir gelişmenin koşulları dikkate alındığında doğal kaynakları en yoğun kullanan, çevresel deformasyona, üretim ve teknolojik gelişme destekleri ile tüketimi arttıran sosyal davranış kalıplarına en fazla etkisi olan paydaş işletmelerdir. Bu nedenle de sürdürülebilirliğin devamlılığına da daha fazla katkıda bulunması açısından daha büyük ve önemli sorumluluklara sahiptirler.

İşletmelerin ulusal ekonomilerin yanı sıra uluslararası platformlarda ekonomiyi yönlendirmeleri, ekonomik sorumlulukların yanı sıra toplumsal ve çevresel sorumlulukları da beraberinde getirmiştir. İşletmelerin ekonomik beklentilerini ve kazanımlarını çevresel, hukuksal ve sosyal duyarlılıkla dengeli bir şekilde uyumlandırılması oranında sürdürülebilirlik eylemleri anlamlılık kazanacaktır. Çevresel sorunlarla birlikte artış gösteren çevresel kaygı, bireylerin sadece ürünlere karşı değil aynı zamanda işletmelere karşı da tutumlarını değiştirmeye başlamıştır. Tüketiciler çevreci ürünlerin yanı sıra artık çevreci işletmeleri de tercih etmeye başlamışlardır. Ürünlerdeki çevreci ve çevreci olmayan ayrımı artık işletmeler için de geçerli olmaya başlamış, bunun baskısıyla da bazı üreticiler çevreci olmayan ürünlerini pazar alanlarından geri çekmeye ve yeni çevreci ürünleri pazarlara sürmeye başlamışlardır (Yılmaz, Çelik ve Arslan. 2010, 325)

Uluslararası alanda sürdürülebilir kalkınmaya yönelik antlaşmaların imzalanması ve ulusal ekonomi politikalarında bu kavramın dikkate alınması, ulusal ve uluslararası alanda faaliyet gösteren işletmelerin de işletme yönetiminde sürdürülebilirlik uygulamalarına yer vermelerini gerektirmiştir. Bununla beraber işletmeler yalnızca ortaklarına ya da potansiyel yatırımcılarına karşı değil, tüm paydaşlarına karşı sorumlu hale gelmiştir. Bu sorumluluğa bağlı olarak ortaya çıkan pek çok neden de işletmelerin yönetim politikalarında sürdürülebilirlik kavramını dikkate almaları gereğini ortaya çıkarmıştır (Aksoy, 2013, 1). İşletme yönetiminin tüm süreçlerinde sürdürülebilirlik kavramını rehber edinerek, sürdürülebilirlik hedeflerini belirlemesi, ölçülebilir hale getirmesi, uygulaması aynı zamanda işletme devamlılığına da olumlu katkı sağlayacaktır. Bu hedeflerin gerçekleştirileceği işletme faaliyetleri, arasında sürdürülebilir üretim, sürdürülebilir tüketim bilincinin oluşması, yeşil pazarlama ve karması, çevreye duyarlı lojistik, yeşil etiket v.d. bulunmaktadır. Tüm değişim ve yenilenme çabalarının yönetim tarafından dikkate alınmadığı ve benimsenmediği bir sürecin başarıya ulaşması söz konusu değildir. Çevreye duyarlı işletme olmak yolunda atılacak her yeni adımın kalıcı sonuçlara dönüşmesi; gelecek yönelimli, stratejik öngörüye ve pazarı iyi tanıma becerisine önem veren yöneticiler tarafından gerçekçi vizyonların uygulamaya geçirilmesiyle gerçekleşecektir. Birçok sektör işletmeleri değişimlere ayak uydurmak için üretimde yeşil teknolojilere yatırım yapmaya, üretim süreçlerindeki enerji verimliliğini arttırmaya ve çevre duyarlılık projelerini desteklemeye başlamışlardır (Öztürk, 2010, 14). İhtiyaçların karşılanmasında öncü görev üstlenen işletmelerin içinde buldukları sektörlerin taşıyıcı unsurları dışında küresel duruma uyum sağlamaları da bu durumda kaçınılmaz görünmektedir.

3.3. Sürdürülebilir Tüketim Anlayışı ve Sürdürülebilir Tüketimin Boyutları

21. yüzyıla kadar tüm dünyada meydana gelen ve insanı doğrudan ilgilendiren sürdürülebilirlik ile ilişkilendirilen çevre sorunlarına tüketimden çok üretimin neden olduğu görüşü hakimdi. Çevre koruma konusunda 1970'lerde başlayan çözüm arayışları daha çok kirliliğin önlenmesi temeline dayanıyordu. Bu doğrultuda geliştirilen teknolojiler, kirleticilerin havaya, suya ya da toprağa salınmadan önce tamamlanmasından sonra başvurulana, yüksek enerji ve malzemeye gereksinim duyan, göreceli olarak daha düşük verimli teknolojilerdir. Ayrıca, üretim sistemlerinin değiştirilmesinde ve iyileştirilmesinde pek etkili olamamışlardır.

1980'ler de ise bir çok firma tarafından benimsenen "çevre yönetimi" yaklaşımı, etkilerini çevre ve enerji performanslarını artıracak biçimde yeniden tasarlamışlardır. 1980'lerin ortalarında ise endüstriyel ekoloji bir başka yaklaşım olarak gündeme geldi. Bu yaklaşım, endüstriyel sistemlerdeki madde ve enerji akışını, akışın çevre üzerindeki etkilerini, teknoloji ve uygulamalarının bu akış

üzerindeki etkilerini minimize ederken, aynı zamanda üretim aşamalarını inceleyerek atıkların girdi olarak geri döndürülmesini, ürünün çevresel etkileri de düşünülerek yeniden tasarlanmasını kapsamaktadır. 1990'ların başında bu yaklaşımlara toplam kalite yaklaşımı da eklendi. Toplam kalite yaklaşımı, atıkların azaltılması, enerji verimliliği ve malzemelerin yeniden kullanılması ve geri kazanımı alanlarında yeni olanaklar yaratmayı içerir. Son yıllarda ise bu yaklaşımlara bir yenisi olan "temiz üretim" eklenmiştir (Yücel ve Ekmekçiler, 2008,321-322).

Sürdürülebilir tüketim, sürdürülebilir üretim birlikte olarak ilk kez 1994 yılında Oslo'da yapılan Oslo Roundtable on Sustainable Production and Consumption, konulu bir sempozyumda tartışılmıştır. Sürdürülebilir tüketim kavramı genel kabul gördüğü haliyle, "gelecek kuşakların ihtiyaçlarını da dikkate alarak, yaşam döngüsü bakış açısı ile doğal kaynakların, toksik maddelerin, atık salımının ve çevreyi kirletici maddelerin kullanımını en aza indirgerken, temel gereksinimleri karşılayan ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan malların ve hizmetlerin kullanımı" olarak ifade edilmiştir (OECD, 2002). Kavramın ilk kez açıklanması 90'lı yıllar olmasına rağmen, kavramın yazında yaygın olarak çalışılması 2000'li yıllarda olmuştur (Atek ve Mardan, 2017, 5)

Günü rahatlatmak ve gelecekte de yaşamlarını sürdürecektir insanların yaşam kalitesinin garanti altına alınması için sonsuz isteklerin ve bunların biçimlendirdiği tüketim alışkanlıklarının yerini tüketimin dönüştürülmesi anlayışına bırakan sürdürülebilir tüketim kavramı 21. yüzyılın en önemli eylemi haline dönüşmüştür. (Doğan, Bulut, Kökalan, Çımrın, 2015, 660). Artan dünya nüfusu ve tüketici davranışlarının çeşitlenmesi ile tüketimin yaşadığı artış dikkate alınır konunun önemi daha net anlaşılacaktır. Sürdürülebilir tüketim, mevcut tüketim kavramına alternatif olarak ortaya konulan bir vizyondur. Var olan tüketim davranışlarından sürdürülebilir tüketime doğru yaşanan her türlü iyileşme, sürdürülebilir tüketim vizyonuna ulaşmayı kolaylaştırmaktadır. Kimilerine göre ise, sürdürülebilir tüketim ütopyiktir (Dobers ve Strannegard, 2005:333). Yaşamsal düzeyde gelişmiş, az gelişmiş tüm ülkelerin temel sorunu haline gelen kavram tüm elemanları ile yaşamı açık tehdit eder bir görünüm sergilemektedir. Ortaya konulan çözüm önerilerinin gelecek kuşakları tüm yönleri ile rahatlatması da arzulan bir durumdur.

Seyfang (2006, 782) sürdürülebilir tüketimin gerçekleşebilmesi için beş ögenin gerekliliğini vurgulamaktadır;

1. Yerel ekonomilerin güçlenmesi ile birlikte ithalat ikamesi olarak yerel ürünlerin kullanılması,
2. Geri dönüşüm ile tüketim sonrası ortaya çıkan atıkların tekrar üretime katılarak israfa yol açacak tüketim kalıplarının değişmesi,
3. Esnek, kapsayıcı ve sağlam sürdürülebilir topluluklar kurarak insanların sosyal dışlanmadan kurtulmalarını sağlayarak katılımcı, aktif ve gelişen toplum şekli oluşturması,
4. Tüketim sorunlarına yanıt verecek kurumsal örgütlerin kurulması,
5. Yeni sosyal ve ekonomik kurumlarla alternatif sistemlerin oluşturulması ve toplumu çevreyle ilgili davranışlara teşvik etmesi.

Literatürde sürdürülebilir tüketim ile ilgili çeşitli alt boyutlar ele alınmakta ve bireylerin sürdürülebilir tüketim davranışları ölçülmeye çalışılmaktadır. Kiracı ve Kayabaşı'nın yapmış olduğu araştırma sonucuna göre (2010,45) sürdürülebilir tüketimin iki boyutu olduğunu belirtmektedirler. Bunlar,

1. Yüzeysel (spurious) sürdürülebilir tüketim davranışı : Bu tüketim davranışı daha çok ekonomik nedenlerle tüketimin sürdürülebilirliğine atıf yapmakta ve davranış sonucu ekonomik fayda elde etmeyi ifade etmektedir
2. Gerçek (real) sürdürülebilir tüketim davranışı: Bu tüketim davranışında ise ekonomik fayda ön planda değildir.

Araştırma sonucuna göre bireylerin yüzeysel sürdürülebilir tüketim davranışı sergileme sıklığının gerçek sürdürülebilir tüketim davranışı sergilemeye göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

Japon Başbakanı Junichiro Koizumi tarafından 2004 yılında G8 zirvesinde kullanılan ve sürdürülebilir tüketimin boyutları olarak ifade edilen, 3R kavramı **azaltma** (reduce), **yeniden kullanma** (reuse) ve **geri dönüşüm** (recycle) – olarak tanımlanmıştır (Visvanathan and Kumar, 2007, 1). Bu üç boyutun geçerlilik kazandırdığı tüketim şekli sürdürülebilir tüketime erişimin başlıca

anahtarı olarak kabul görmüştür. Örneğin; daha az kaynak kullanılarak üretilen, tüketim aşamasında enerji gereksinimi, daha az olan ve neredeyse tamamı geri dönüştürülebilir malzemeden yapılan tüketim mallarının satın alma tercihlerinde kullanılması gibi. 3R kavramı öncelikle bireyin tüketimi azaltıcı yönde eylemler gerçekleştirmesi, eldeki mevcut değerleri daha etkin kullanmayı tercih etmesi ve üretim süreçlerinin geri dönüşüme yönelik planlanmasının önemi ve tüketimlerde bireyin seçimlerinin bu teknoloji üretimlerine dayandırılması olarak vurgulanmıştır. Genel olarak bakıldığında, tüketicilerin büyük bölümünün sürdürülebilir tüketim davranışını önemsendiği saptansa da tasarruf sağlayan davranışların, çevre yönelimli davranışlara göre daha çok önemsendiği ortaya çıkmıştır.

3.4. Tüketim, Yeşil Tüketim ve Yeşil Tüketici Profili İlişkisi

Yirminci yüzyılın başlarından itibaren belirginleşmeye başlayan ve günümüze kadar gelen tüketim, bir kavram olarak pek çok kuramsal yaklaşımda ‘herhangi bir ürün ya da hizmetin seçilmesi, satın alınması, kullanılması, sonlandırılması’ olarak ifade edilmektedir (Odabaşı, 2009, s.16). Çok çeşitli şekillerde ifade edilmekle birlikte sınırları açıkça belirlenmiş bir kavram değildir. Örneğin; serbest piyasa toplumunda yoğun çeşitlikteki mal ve hizmetlerin özgür ve rasyonel tüketicilere sunulduğu iddiası ile desteklenen tüketim kavramı olumlu bir kefeye konulurken; materyalizm, hedonizm, bencillik ve bireysellik gibi tüketim ile birlikte kullanılan kavramlar tüketimi olumsuz bir kefeye oturtmaktadır (Yanıklar, 2006: 22).

Her birey, tüketen olma konumu ile ihtiyacını karşılamak amacıyla harekete geçer ve ürün ya da hizmet konusunda seçenekleri gözden geçirerek satın alma karar sürecini başlatır ve de böylelikle tüketici davranışını sergiler. Buna bağlı olarak bireysel olarak tüketicilerin ihtiyaçlarının, güdülerinin, öğrenme süreçlerinin, kişiliklerinin ve algılamalarının bir uzantısı olarak tutum ve davranışlarını etkilediği gibi; kişinin üyesi bulunduğu toplumdaki kültür, sosyal sınıf, referans grup ve aile gibi sosyo-kültürel faktörleri de aktif bir uyaran olarak kabul etmektedir. İnsanların içinde yaşadığı sosyal çevrede yıllara dayalı meydana gelen değişimler, duygu, düşünce, tutum, inanç ve değer yargılarını da farklılaştırmaktadır. Tüketimdeki bu farklılaşmanın kaynağı da tüketim olgusunun doğasındaki değişimlerden beslenmektedir. Tüketiciler yaşamlarını yönlendiren bir çok çevre bazlı olay/afetlerden olumsuz etkilenmiştir. Ek olarak üretimler sonucu oluşan ve giderilemeyecek boyutlara ulaşan çevre kirliliği de tüketicilerin çevre bilinci konusunda daha fazla bilgi edinmesine yardımcı olmuştur. Tüketicilerin çevre ile ilgili bilinç düzeyi arttıkça satın alma davranışları üzerindeki yansımaları da değişime uğramıştır.

Bireylerin çevre odaklı tüketimlerini belirtmek için “yeşil tüketim”, “çevreci tüketim”, “çevre dostu tüketim”, “ekolojik pazarlama”, “yeşil pazarlama” ve “sürdürülebilir tüketim” gibi çeşitli kavramlar kullanılır hale gelmiştir (Varinli, 2012). Yeşil tüketim ve yeşil pazarlama olarak da kabul gören doğal kaynakların varlığını önemseyen ve çevreyi koruma bilincinin toplumda önemsenerek düzeyde desteklenmesi, işletmelerin de bu hareketi benimseyip çevreye en az zarar verecek uygulamaları geliştirmelerine neden olmuştur.

Yeşil pazarlama; kirlilik üzerine yapılan pazarlama çalışmalarını, enerji tüketimiyle ilgili konuları ve yenilenemeyen kaynakların tüketiminin olumlu ve olumsuz yanlarını inceleyen bilim dalıdır (Aslan, 2010,51). Yeşil sorunlar ve pazarlama birbirine karşıt bir işleyişe sahip olabilir. Şöyle ki, yeşil sorunlar daha az tüketimi desteklerken, pazarlama ise daha çok tüketilmesini hedeflemektedir (Grant, 2008,74). Bu çelişki çerçevesinde “yeşil tüketici”, “çevreci tüketici” standart yaşam koşullarını sürdüreceği kaynakların ve yaşam alanlarının giderek azaldığının farkına varan tüketiciler olarak tüketim süreci hakkında endişe duymakta ve üretim süreçlerinde doğal kaynakların kullanımı ve ürünlerin geri dönüşümü gibi konularda da daha hassas davranmaktadırlar (Kükreler, 2012,4506). Bu durum, tüketim sürecini çevresel boyutta ele almanın önemini vurgulamaktadır. Tüketicinin söz konusu ürün ve hizmetlere olan eğilim, tercih ve satın alma düzeyi gibi özelliklerinin, demografik yapı-tutumlar-değerler gibi sosyo-kültürel özelliklerle birlikte değerlendirilmesi ise, tüm bu gelişmelerin doğal bir sonucu olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda çevre konularına duyarlı hanelerin, bireylerin en genel ifadeyle tüketicilerin belirlenmesi ve beklentilerinin karşılanması ile

çevre sorunları çözüm sürecinde olumlu gelişmeler sağlanabilecektir(Zülfiyar, 2013, 59). Bu olumlu gelişmeleri takiben yeşil pazarlama anlayışı, ürün ambalajından, son kullanımından sonra atık haline geldiği aşamaya kadar, yeşil kaliteyi izlemeyi öngörür ve bu amaçla, tüketicileri bilgilendirici işaret ve açıklamalara öncelik verir. Yeşil pazarlama faaliyetlerinin işletmeler tarafından da benimsenmesi, tüketicilerin çevre dostu ürünleri talep etmeleri ve bu yönde satın alma davranışında bulunmaları da işletmeleri çevre temelli politikalar ve stratejiler uygulamaya itmiştir. Hatta yeşil tüketiciler satın alma sürecinde ekolojik ürünleri tercih eder olmuştur. Bunun sebebi sadece, ürünlerin sağlıklı olması değil, aynı zamanda gelecek nesiller için sürdürülebilir bir çevre bırakmak istemeleridir (Fraj vd.2007, 26).

Yeşil tüketiciden beklenen, öncelikle mal ve hizmetin gereksinim olup olmadığını sorgulaması ve çeşitli mal ve hizmetlerden çevreye en az zararlı olanını tercih etmesidir. Bu aşamada yeşil tüketicinin kişisel özellikler açısından nasıl bir profil çizdiği önem taşımaktadır. Tüketici kimliğindeki bireyin bir çevre sorununun kendisi için hangi düzeyde tehdit oluşturduğu ya da oluşturmadığını belirleyebilmesi, o tehdit hakkında yeterli düzeyde bilgiye sahip olması ile olanaklı görünmektedir. Dolayısıyla bireylerin çevresel tehdit algısı ve çevre sorunları ya da eko sistem hakkındaki bilgileri, bilinçli davranışa dönüşebilecektir (Hamarat vd.2014, 28).

Hayatımıza giren yeşil pazarlama ve yeşil tüketimin başarılı olması için öncelikle sürdürülebilirlik çerçevesinde;

1. Tüketim davranışlarını (sürdürülebilir tüketime doğru) değiştirilmesi,
2. Tüketim düzeyinin azaltılması ile ilgili eylemlerin hız kazanması önem taşımaktadır. (Schaefer ve Crane, 2005,78).

Yaşam kalitesini birey için en uygun konuma taşıyarak, tüketim ve çevre ile ilgili sorunlara ait düşünce tarzında değişiklik gerektiren eylemleri planlayan ve tüketim kalıplarını yönlendiren bir sürdürülebilir tüketim yaklaşımı birey bazında yeşil tüketimin benimsenmesine de büyük ölçüde yardımcı olmuştur. bu bakış açısında çalışmanın araştırma bölümünde tüketicilerin çevreye duyarlı olarak üretilen yeşil ürün tüketim eğilimlerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ve demografik özelliklere göre farklılıklarını ortaya konması hedeflenmiştir.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı

Günümüzde teknolojik gelişmelerin ve üretim faaliyetlerinin hızla artması tüketim alışkanlıklarını da etkilemiştir. Yaşanılan etkileşim ve tüketimdeki hızlı artışlar doğal çevrede tahribata neden olmakta ve doğal kaynakları yok olma aşamasına getirmektedir. Bunun sonucunda bireyler çevresel faaliyetler hakkında bilgi edinmeye ve çevreye duyarlı bir şekilde tüketim faaliyetlerini gerçekleştirmeye başlamıştır. Yapılan çalışmada araştırmanın amacı, tüketicilerin çevreye duyarlı olarak üretilen yeşil ürün tüketim eğilimlerini etkileyen faktörleri belirlemek ve demografik özelliklere göre farklılıklarını incelenmektedir.

4.2. Araştırmanın Önemi

Yaşamın devamlılığının sağlanabilmesindeki temel yapılardan birisi de tüketimdir. İnsan hayatında bu kadar önemli bir yere sahip olan tüketim faaliyetleri son zamanlarda daha da artarak çevreye çeşitli zararlar veren bir düzeye erişmiştir. Bu zararlar tüketicilerin doğanın korunmasına yönelik bilinçlenmesine ve onlar tarafından çevreye duyarlı ürünlerin tercih edilmesine yol açmıştır. Yapılan araştırma su, enerji kullanımı, geri dönüşümlü ürünlere karşı tüketicinin tutum ve davranışları ele alındığından üreticilere ve bu konu hakkında yapılabilecek çalışmalara yol gösterici bir kaynak olabileceğinden dolayı önem arz etmektedir.

4.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma 5 temel hipotez 7 alt hipotez olmak üzere toplam 13 hipotezden oluşmaktadır.

H1: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri çevre bilinç düzeylerine ve demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.

H1A: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri çevre bilinci düzeylerine göre farklılık göstermektedir.
H1B: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.
H1C: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri medeni duruma göre farklılık göstermektedir.
H1D: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri yaş gruplarına göre farklılık göstermektedir.
H1E: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri eğitim seviyesine göre farklılık göstermektedir.
H1F: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri mesleğe göre farklılık göstermektedir.
H1G: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri gelir durumuna göre farklılık göstermektedir.
H2: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri çevre dostu ürün satın almaya göre farklılık göstermektedir.
H3: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri çevreye katkıda bulunma inancına göre farklılık göstermektedir.
H4: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri ürünler arasındaki fiyat farkına göre farklılık göstermektedir.
H5: Tüketicilerin yeşil tüketim eğilimleri üretici firmanın çevreciliğine göre farklılık göstermektedir.

4.4. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın ana kütesini sosyal medya ve internet kullanıcıları oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise sosyal medya ve internet kullanıcıları arasından kolayda örneklem yöntemi ile ulaşılan 238 kişi oluşturmaktadır.

4.5. Verilerin Toplanması ve Anket Formunun Hazırlanması

Anket formu 3 kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda katılımcıların yeşil ürün tüketim eğilimlerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Katılımcıların çevreye duyarlı olarak adlandırılan “yeşil ürün” tüketim eğilimlerini ortaya koyabilmek amacıyla kullanılan ölçek Yılmaz (2009) tarafından yapılan yüksek lisans tezinden (Yeşil Pazarlama Kapsamında Karadeniz Teknik Üniversitesi Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Ürünleri Kullanma Eğilimlerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma) alınmıştır. Bununla birlikte araştırmanın amaç ve sınırlılıklarına uygun olması açısından bazı değişiklikler yapılmıştır.

Anket formunun ikinci kısmı ise tüketicilerin çevre dostu ürünler hakkında farkındalıklarını belirlemek amacıyla “evet” ya da “hayır” şeklinde cevaplanan beş sorudan oluşmaktadır.

Anketin formunu son kısmında ise tüketicilerin demografik yapılarını belirlemeye yönelik sorular (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, meslek, gelir durumu, yaşanan bölge ve yerleşim yeri) yer almaktadır.

4.6. Araştırmada Kullanılan İstatistikler

Ankette yer alan soruların birbirleriyle olan tutarlılığını ve kullanılan ölçeğin doğruluğunu görebilmek amacıyla güvenilirlik analizi yapılmıştır. Aralarında ilişki bulunduğu düşünülen çok sayıda değişken arasındaki ilişkilerin anlaşılmasını ve yorumlanmasını kolaylaştırmak amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alım bilinci ve Çevreye Duyarlı Ürün Kullanım Bilinci olmak üzere 2 faktöre ulaşılmıştır.

Yapılan normal dağılım ve güvenilirlik analizi sonucunda katılımcıların yeşil ürün tüketim eğilimleri ve çevre bilinç düzeylerinin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini anlayabilmek amacıyla Mann Whitney ve Kruskal Wallis H testi yapılmıştır.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

5.1. Katılımcıların demografik özellikleri

Tablo 1’de verilen katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde ortaya çıkan sonuçlar şu şekildedir:

- Ankete katılan bireylerin %59,7'si kadın, %40,3'ü erkek katılımcılardan oluşmaktadır.
- Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde %66,4'lük kesimin bekar, %33,6'luk kesimin evli olduğu görülmektedir.
- Katılımcıların %42,9 ile 102 kişi 24-30 yaş grubu aralığında yer almaktadır.
- Katılımcıların eğitim seviyeleri incelendiğinde %58,4'lük kesimin lisans, %21'lik kesiminde yüksek lisans mezunu olduğu görülmektedir.
- Katılımcıların mesleki durumlarına bakıldığında katılımcılardan %48,7 ile 116 kişi kamu sektöründe çalışmakta ve katılımcıların gelir durumları incelendiğinde 55(%23,1) katılımcının 3001-4000 TL aralığında gelir sağladığı anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine Yönelik Bulgular

		F	%			F	%
Cinsiyet	Kadın	12	59,7	Medeni Durum	Evli	80	33,6
	Erkek	96	40,3		Bekar	158	66,4
Toplam		238	100	Toplam		238	100
Yaş	17-23	52	21,8	Eğitim Durumu	İlkokul	0	0
	24-30	102	42,9		Ortaokul	1	0,4
	31-36	31	13		Lise	8	3,4
	37-41	10	4,2		Ön lisans	12	5
	42-46	15	6,3		Lisans	139	58,4
	47-52	9	3,8		Yüksek Lisans	50	21
	53+	19	8		Doktora	28	11,8
Toplam		238	100	Toplam		238	100
				Gelir Durumu	0-1000 TL	52	21,8
					1001-2000 TL	35	14,7
Meslek	Kamu çalışanı	116	48,7		2001-3000 TL	39	16,4
	Özel sektör	31	13		3001-4000 TL	55	23,1
	Serbest Meslek	5	2,1		4001-5000 TL	30	12,6
	Emekli	8	3,4		5001-6000 TL	12	5
	Ev Hanımı	5	2,1		6001-7000 TL	4	1,7
	İşsiz	18	7,6		7001-8000 TL	3	1,3
	Esnaf/ Tacir	2	0,8		8001+ TL	8	3,4
	Öğrenci	53	22,3				
Toplam		238	100	Toplam		238	100

5.2. Faktör analizi sonuçları

Yapılan faktör analizinde ortaya çıkan KMO değeri (0,944) olması gereken değer (0,60) üstündedir. Elde edilen faktör analizi tablosu incelendiğinde 2 faktör ortaya çıkmıştır. Bu faktörler; Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alma Bilinci ve Çevreye Duyarlı Ürün Kullanım Bilinci'dir.

Tablo 2. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Adı	Soru İfadesi	Faktör Ağırlıkları	Faktör Açıklayıcılığı	Güvenilirlik
Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alma Bilinci	19) Sadece geri dönüşümlü ürünleri almaya özen gösteririm.	,926	46,634	,930
	9) Çamaşırlarım için daha az fosfat içeren deterjan ya da sabun satın alırım.	,835		

	18) Ekolojik sorumluluğa sahip olmayan şirketlerin sattığı ürünleri satın almam.	,798		
	15) Ürün satın alırken daha az kirletici madde içeren ürünleri satın almak için bilinçli bir çaba harcarım.	,789		
	8) Geri dönüşümlü olarak üretilen kağıt ürünlerini almak için çaba harcarım.	,751		
	14) Mümkün olduğunca geri dönüştürülebilir ambalaja sahip ürünleri satın alırım.	,705		
	21) Bir ürünü satın aldığımda, kullanım şeklinin çevreyi ve diğer tüketicileri nasıl etkilediğini düşünürüm.	,695		
	20) Çevreye zarar veren ev ürünlerini satın almam.	,693		
	6) Ekolojik koşullara uygun olmayan ürünleri değiştiririm.	,691		
	13) Aerosol içerikli ürünleri satın almam.	,672		
	10) Aile fertlerini ya da arkadaşlarımı çevreye zarar veren ürünleri almamaları için uyarırım.	,654		
	17) Geri dönüşümlü kâğıttan üretilmiş kağıt mendil ve kağıt havlu satın alırım.	,612		
	16) Eşit iki ürün arasında seçim yapmam gerekirse, her zaman diğer insanlara ve çevreye daha az zararlı olanı satın alırım.	,475		
	5) Bazı ürünlerin çevreye verdiği potansiyel zararı öğrendiğimde, bu ürünleri satın almam.	,447		
	3) Malın hacmine uygun olmayan (üründen büyük) ambalajlı ürünleri satın almam.	,328		
Çevreye Duyarlı Ürün Kullanım Bilinci	11) Evimdeki lambaları daha ekonomik olan lambalarla değiştiririm, böylece kullandığım elektrikten tasarruf sağlarım.	,833	7,340 Toplam: 53,974	,828
	2) Enerji tasarrufuna uygun ev aletlerini tercih ederim.	,809		
	4) Alternatifli ise, her zaman daha az kirlilik ihtiva eden ürünü kullanmak için çaba harcarım.	,652		
	22) Sosyal sorumluluğa sahip şirketlerin ürettiği ürünleri satın alan her tüketici davranışı, toplum üzerinde pozitif bir etki bırakır.	,602		
	1) Ürünlerin kıt kaynaklardan üretildiğini bildiğim için bilinçli kullanırım.	,575		
	12) Daha az kirlenmeye sebep olan ürünleri kullanmak için çaba harcarım.	,833		
Kaiser Meyer Olkin Ölçek Geçerliliği		,944		
Barlett Küresellik Testi Ki Kare		2784,959		
Sd		210		
P Değeri		0,000		

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha değeri 0,824 çıkmıştır. Bu değer 0,70'in üzerinde olduğundan anketin güvenilir olduğu söylenebilir.

Veriler normal dağılım sergilemedikleri için farklılık analizlerinde, parametrik olmayan Mann Whitney U ve Kruskal Wallis H Testleri testleri kullanılmıştır.

5.3. Mann Whitney U Testi Sonuçları.

Tablo 3. Çevre Dostu Ürün Satın Almaya Göre

Çevre dostu satın alır mısınız?		N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	P
Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alım Bilinci	Evet	226	123,86	27992,50	-4,242	,000
	Hayır	12	37,38	448,50		
Çevreye Duyarlı Ürün Kullanım Bilinci	Evet	226	123,38	27883,50	-3,789	,000
	Hayır	12	46,46	557,50		

Tablo 3 ‘deki Mann Whitney testi sonuçları incelendiğinde, çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilinci faktörleri bireylerin çevre dostu ürün satın alımlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu farklılık faktörlerin P değerlerinin (0,000) anlamlılık değerinden (0,05) küçük olmasından kaynaklanmaktadır. Bu nedenle H2 hipotezi kabul edilmiştir. Sıra ortalamaları incelendiğinde çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilincine sahip bireyler diğer bireylerden daha fazla çevre dostu ürün satın alım ve kullanım eğilimindedir. Buna göre yeşil tüketici olmanın parasal maliyeti konusunda satın alma karar sürecini olumlu değerlendiren tüketicilerin bu yöndeki kararlılığının çevreye karşı duydukları sorumluluğun önemli bir göstergesi olduğu söylenebilir.

Tablo 4. Çevreye Katkıda Bulunma İnancına Göre

Çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulunduğunuz inaniyor musunuz?		N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	P
Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alım Bilinci	Evet	205	129,97	26643,00	-5,848	,000
	Hayır	33	54,48	1798,00		
Çevreye Duyarlı Ürün Kullanım Bilinci	Evet	205	128,03	26246,50	-4,788	,000
	Hayır	33	66,50	2194,50		

Tablo 4 ‘deki Mann Whitney testi sonuçları incelendiğinde, çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilinci faktörleri bireylerin çevre dostu ürün satın alarak çevreye katkıda bulunma inançlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Bu nedenle H3 hipotezi kabul edilmiştir. Sıra ortalamaları incelendiğinde çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilincine sahip bireylerin çevre dostu ürün satın alarak çevrenin korunmasına katkıda bulduklarını düşündükleri ve yeşil tüketim, yeşil tüketici olma konusunda farkındalıklarının daha fazla olduğu söylenebilir.

Tablo 5. Ürenler Arasındaki Fiyat Farkına Göre

Çevre dostu ürünlere diğer ürünlere göre daha fazla fiyat öder misiniz?		N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	P
Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alım Bilinci	Evet	167	137,62	22983,00	-6,231	,000
	Hayır	71	76,87	5458,00		
Çevreye Duyarlı Ürün Kullanım Bilinci	Evet	167	129,39	21607,50	-3,414	,001
	Hayır	71	96,25	6833,50		

Tablo 5 ‘deki Mann Whitney testi sonuçları incelendiğinde, çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilinci faktörleri bireylerin çevre dostu ürünleri diğer ürünlerden daha fazla fiyatla satın alma durumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bu nedenle H4 hipotezi kabul edilmiştir. Sıra ortalamaları incelendiğinde çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilincine sahip bireylerin çevre dostu ürünlere diğer ürünlerden daha fazla fiyat ödemeyi göze aldıkları sonucuna varılabilir. Yarınları ve yarınlarıdaki çevre sorunlarını minimize etmek adına gösterilen bu duyarlılık yeşil tüketici olmanın da önemli bir göstergesidir.

Tablo 6. Üretici Firmanın Çevreciliğine Göre

Satın aldığınız ürünün üretici firmasının çevre dostu olup olmaması sizin için önemli midir?		N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	P
Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alım Bilinci	Evet	195	132,64	25864,00	-6,271	,000
	Hayır	43	59,93	2577,00		
Çevreye Duyarlı Ürün Kullanım Bilinci	Evet	195	129,59	25271,00	-4,840	,000
	Hayır	43	73,72	3170,00		

Tablo 6 ‘daki Mann Whitney testi sonuçları incelendiğinde, çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilinci faktörleri üretici firmanın çevre dostu olmasına göre anlamlı farklılık göstermektedir. Bu nedenle H5 hipotezi kabul edilmiştir. Sıra ortalamaları incelendiğinde çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilincine sahip bireylerin çevre dostu ürün satın alımlarında üretici firmanın çevre dostu olmasını sorguladıkları ve sorumluluklarını gerçekleştirme konusundaki davranışlarını da izledikleri söylenebilir.

Tablo 7. Medeni Duruma Göre

Medeni Durum		N	Sıra Ortalaması	Sıra Toplamı	Z	P
Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alım Bilinci	Evli	80	137,66	11013,00	-2,897	,004
	Bekâr	158	110,30	17428,00		

Tablo 7 'deki Mann Whitney testi sonuçları incelendiğinde, çevreye duyarlı ürün satın alım bilinci faktörü bireylerin medeni durumlarına göre anlamlı farklılık gösterirken, çevreye duyarlı ürün kullanım bilinci faktörü bireylerin medeni durumlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Bu nedenle H1C hipotezi çevreye duyarlı ürün satın alım bilinci faktörüne göre kabul edilmiştir. Sıra ortalamaları incelendiğinde bekâr bireylerin daha fazla çevreye duyarlı ürün satın alım bilincine sahip oldukları söylenebilir. Ayrıca çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilinci faktörlerinin cinsiyete göre farklılıkları incelenmiş olup yapılan testler sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlendiğinden H1B hipotezi reddedilmiştir.

5.4. Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Tüketicilerin çevre bilinci eğilimlerini ölçen sorulara verdikleri cevapların ortalamaları bulunmuş ve ortalaması 0 - 2,49 aralığında olan tüketicilerin düşük çevre bilinç düzeyine, ortalaması 2,50 - 3,50 aralığında olan tüketicilerin orta çevre bilinç düzeyine ve ortalaması 3,51 - 5,00 aralığında olan tüketicilerin yüksek çevre bilinç düzeyine sahip oldukları kabul edilmiştir.

Tablo 8. Çevre Bilinç Düzeylerine Göre

Çevre Bilinç Düzeylerine Göre	Çevre Düzeyleri	N	Sıra ortalaması	χ^2	SD	P	Anlamlı Fark
Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alım Bilinci	1) Düşük Düzey	18	11,69	167,821	2	,000	1-2, 1-3, 2-3
	2) Orta Düzey	74	56,92				
	3) Yüksek Düzey	146	164,51				
Çevreye Duyarlı Ürün Kullanım Bilinci	1) Düşük Düzey	18	30,86	118,654	2	,000	3-1, 3-2
	2) Orta Düzey	74	66,55				
	3) Yüksek Düzey	146	157,26				

Tablo 8 'deki çevre bilinç düzeylerine göre yapılan Kruskal Wallis testinin sonuçları incelendiğinde, çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilinci faktörleri bireylerin çevre bilinci düzeylerine göre anlamlı farklılık gösterdiğinden ve H1A hipotezi kabul edilmiştir. Bu farklılıklar tüm çevre bilinç düzeyleri arasında mevcuttur. Bireylerin çevre bilinç düzeyleri arttıkça çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilinçlerinin arttığı söylenebilir. Çevre bilinç düzeyine göre görülen farklılığın tüketicilerin eğitim düzeyleri ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir.

Tablo 9. Yaş Gruplarına Göre

Yaş Gruplarına Göre	Yaş Grupları	N	Sıra ortalaması	χ^2	SD	P	Anlamlı Fark
Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alım Bilinci	1) 17-23	52	113,19	33,043	6	,000	5-1, 5-2 2-7
	2) 24-30	102	100,76				
	3) 31-36	31	117,69				
	4) 37-41	10	127,90				
	5) 42-46	15	182,97				
	6) 47-52	9	171,83				
	7) 53+	19	161,00				
Çevreye Duyarlı Ürün Kullanım Bilinci	1) 17-23	52	110,53	15,546	6	,016	5-2
	2) 24-30	102	109,89				
	3) 31-36	31	121,69				

	4) 37-41	10	108,85				
	5) 42-46	15	168,20				
	6) 47-52	9	159,22				
	7) 53+	19	140,42				

Tablo 9 ‘daki yaş gruplarına göre yapılan Kruskal Wallis testinin sonuçları incelendiğinde, çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilinci faktörleri bireylerin yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermektedir. 53 yaş üzeri ve 42-46 yaş grubundaki bireylerin çevreye duyarlı ürün satın alım bilinçleri 24-30 yaş grubundaki bireylerden farklıdır. 42-46 yaş grubundaki bireylerin çevreye duyarlı ürün kullanım bilinçleri de 24-30 yaş grubundaki bireylerden farklıdır. Bu nedenle H1D hipotezi kabul edilmiştir. Üst yaş grubundaki bireylerin genç bireylere göre daha çok çevreye duyarlı ürün satın alma ve kullanımına dikkat ettikleri söylenebilir.

Tablo 10. Eğitim Seviyesine Göre

Eğitim Seviyesine Göre	Eğitim Seviyeleri	N	Sıra ortalaması	χ^2	SD	P	Anlamlı Fark
Çevreye Duyarlı Ürün Satın Alım Bilinci	1) Ortaokul	1	131,00	13,140	5	,022	6-4
	2) Lise	8	138,06				
	3) Ön Lisans	12	93,42				
	4) Lisans	139	113,29				
	5) Yüksek Lisans	50	117,23				
	6) Doktora	28	159,84				

Tablo 10 ‘daki eğitim seviyelerine göre yapılan Kruskal Wallis testinin sonuçları incelendiğinde, çevreye duyarlı ürün satın alım bilinci faktörü bireylerin eğitim seviyelerine göre anlamlı farklılık gösterirken, çevreye duyarlı ürün kullanım bilinci faktörü bireylerin eğitim seviyelerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir. Farklılık lisans ve doktora eğitimi almış bireyler arasındadır. Bu nedenle H1E hipotezi çevreye duyarlı ürün satın alım bilinci faktörüne göre kabul edilmiştir. Sıra ortalamaları incelendiğinde doktora eğitimi almış bireylerin daha fazla çevreye duyarlı ürün satın alım bilincine sahip oldukları söylenebilir. Ayrıca çevreye duyarlı ürün satın alım ve kullanım bilinci faktörlerinin meslek ve gelir durumuna göre farklılıkları incelenmiş olup yapılan testler sonucunda gruplar arasında anlamlı bir farklılık olmadığı belirlendiğinden H1F ve H1G hipotezleri reddedilmiştir.

SONUÇ

Yaşamın devamlılığı için gerekli olan doğal kaynakların giderek azalması, çevre kirliliğinin artması, biyolojik çeşitliliğin kaybolması ve özellikle küresel ısınma gibi nedenlerle çevre sorunlarına olan ilgi her gün biraz daha artmaktadır. Özellikle doğal kaynakların aşırı kullanımı ve bu kullanım oranlarının sürdürülebilir olmaması, tüketim davranışlarının değiştirilmesi ve sürdürülebilir hale getirilmesi konusundaki çalışmaların öneminin artmasına neden olmuştur.

Günümüzde sayıları giderek artan çevre bilincine sahip yeşil tüketicilerin özelliklerinin belirlenmesi ve davranışlarının değerlendirilmesi işletmelere, çevresel duyarlılıklarını planlamada ve bu çabayı ürün yapılarına, üretim sistemlerine ve pazarlama yönetimlerine adapte etmede yardımcı olacaktır.

Araştırmanın destekleyicisi olan saha çalışmasında bu durumun mevcut görünümü ortaya konmaya çalışılarak, katılımcıların çevreye duyarlı olarak üretilen yeşil ürün tüketim eğilimleri faktörlerini belirlemek ve demografik özelliklere göre farklılıklarını incelenmek amaç edinilmiştir. Tüketicilerin demografik özelliklerine göre yeşil ürün tüketim eğilimleri incelendiğinde meslek ve gelir demografik değişkenlerine göre farklılığa rastlanmamışken, yaş, eğitim ve medeni durum demografik değişkenlerine göre farklılıklar belirlenmiştir.

Katılımcıların büyük çoğunluğunun bekar olması ve yeşil tüketimi desteklemeleri umut veren bir görünüm olmakla beraber, evli olan ve daha büyük tüketim harcaması yapma durumunda bulunan

bireylerin harcamalarında bütünsel olarak rasyonel tüketici olma eğiliminde oldukları düşünülmektedir. Yine katılımcıların önemli çoğunluğunun lisans ve üzeri eğitim düzeyinde olması, yüksek düzeyde çevre bilinci sahip olmaları ise çevre bilinci düzeyinin, çevreye duyarlı ürün satın alma ve kullanma bilincinin eğitim seviyesi ile ilgisini göstermesi açısından önem taşımaktadır.

Bu araştırma sonuçları doğal olarak yeni araştırma sorularını da ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda sonraki çalışmalarda farklı açılardan konuya yaklaşılmasının ve kapsamın daha genişletilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aslan, F. (2010). Yeşil Pazarlama Faaliyetleri Çerçevesinde Kafkas Üniversitesi Öğrencilerinin Çevreye Duyarlı Ürünleri Kullanma Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma” Yüksek Lisans Tezi, Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Aksoy, Ç. (2013). Sürdürülebilirlik Performansının Değerlendirilmesine Yönelik Ölçek Önerisi Ve Türkiye’deki İşletmelerde Uygulaması, Doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Muhasebe Finansman Bilim Dalı, İstanbul.
- Atrek B, Madran C (2017). Tüketici Perspektifli Sürdürülebilir Tüketim Çalışmaları: Ulusal Alanyazındaki Çalışmalar Üzerine Sistemik Derleme Çalışması, *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 19, Ocak 2017, ss. 1-31
- Benli, Tahir, Karaosmanoğlu, Kübra (2017). Bir Pazarlama Stratejisi Olarak İçerik Pazarlama, *Mesleki Bilimler Dergisi*, 6(1): 27 – 38.
- Çabuk S, Nakiboğlu B, Keleş, C., (2008). Tüketicilerin Yeşil (Ürün) Satın Alma Davranışlarının Sosyo-Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 17, Sayı 1, 2008, s.85-102
- Dobers, P., Strannegard, L. (2005). Design, Lifestyles And Sustainability. Aesthetic Consumption In Aworld Of Abundance , *Business Strategy And Environment*, No.14 Published online in Wiley InterScience (www.interscience.wiley.com). DOI: 10.1002/bse.495, 324-336.
- Doğan, Bulut, Kökalan, Çımran. (2015). Bireylerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışlarının Ölçülmesine Yönelik Bir Ölçek Geliştirme Çalışması, Atatürk Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt: 29 Sayı: 4
- Fischer, K. Steimle, U., Zink, K. (2008). Human Factors, Business Excellence and Corporate Sustainability: Differing Perspectives, Joint Perspectives”, Ed: Zink, Klaus; “Corporate Sustainability as a Challenge for Comprehensive Management”, Heidelberg, Physica Publishing,
- Fraj, Eva, Martinez.(2007). Ecological Consumer Behaviour: an Empirical Analysis, *International Journal of Consumer Studies*, 31, 26-33
- Grant, J. (2008). Yeşil Pazarlama Manifestosu, Mediacat, Kapital Medya Hizmetleri, İstanbul
- Hamarat, B., Güler O, Duran, E., Gümüş, B. Tufan E. (2014). Çevresel Tehdit, Çevresel Bilinç Ve Çevresel Tutum, Çevre Odaklı Davranışı Etkiler Mi? Çanakkale Sivil Toplum Kuruluşları Örneği, *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7/2, 26-31.
- Kandemir, Orhan ve Kürkcü, Murat (2016). Bir Refah Göstergesi Olan “Yaşam Endeksi” Bağlamında TR82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop) Bölgesinin Analizi”, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Eylül 2016*, Sayı:14.
- Karalar, R., Kiracı, H. (2010). Bireysel Değerlerin Sürdürülebilir Tüketim Davranışı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi* 2 (2), 79-106.
- Kızılgın , Y., Benli, T. (2013), The Examining of GSM Operators’ Customer Complaint Management (CCM) Applications in Turkey with Discriminant Analysis, *International Journal of Business and Management; Vol. 8, No. 3; ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119* Published by Canadian Center of Science and Education
- Kiracı, H., Kayabaşı, A. (2010). Real and Spurious Sustainable Consumption Behavior in Turkey: A Field Research. *Innovative Marketing*, 6 (2): 43-47.

- Kükreler, Ö. (2012). Tüketicilerin Çevresel Sorumluluklarının Yeşil Reklamlara Yönelik Tutumlarına Etkisi: Eskişehir Örneği, *Journal of Yaşar University*,4505-4525.
- Odabaşı, Y. (2009). Tüketim kültürü (göz.geç.bs.). İstanbul: Sistem yay.
- Önce G, Marangoz M (2012). Pazarlamanın Sürdürülebilir Gelişmedeki Rolü, *International Conference On Eurasian Economies 2012, SESSION 2D: Mikroekonomi II*, 389-396.
- Özdemir, Özgün (2013). Sürdülebilir Tüketim Davranışlarında Kişisel Değerlerin Rolü: Kadın Öğretim Elemanlarının Giysi Elden Çıkarma Davranışları Üzerine Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek lisans Tezi, Adana.
- Özsoy, Tufan, Madran Canan (2015). Ürün Ömrü Algısının Sürdürülebilir Tüketim Boyutundan Bir Analizi, *Global Journal, Economics and Business Studies*, Yıl:4, Sayı: 7.
- Öztürk, Z. (2010). Sosyo-Ekonomik Ve Demografik Faktörlerin Çevresel Sorunların Algılanması Ve Çevre Duyarlılığı Üzerine Etkileri, Yüksek lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- Schaefer A., Crane A. (2005.). Addressing Sustainability And Consumption , *Journal Of Macromarketing*, Vol.25, No.1.78-92.
- Seyfang, G. (2006). Sustainable Consumption, the New Economics and Community Currencies: Developing *New Institutions for Environmental Governance*, *Regional Studies*, c.70/sayı 7, s.781-791.
- Tıraş, H . (2014). Sürdürülebilir Kalkınma Ve Çevre: Teorik Bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 57-73. Retrieved from <http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/issue/10265/125901>
- Üstündağlı, E., Güzeloğlu, E., (2015). Gençlerin Yeşil Tüketim Profili: Farkındalık, Tutum Ve Davranış Pratiklerine Yönelik Analiz, *Global Media Journal TR Edition*, 5 (10) Spring 2015.
- Visvanathan, C., Kumar, S. (2007). 3R initiatives in Asia, *International Conference on Cleaner Technologies and Environmental Management (ICCTEM)*, Pondicherry, Hindistan. <http://www.faculty.ait.ac.th/visu/Prof%20Visu's%20CV/Conferance/12/3R-Asia.Presentation.pdf> (10.04.2014)
- Yanıklar, C.(2006). Tüketimin Sosyolojisi, Birey Yay., İstanbul
- Yılmaz V, Çelik H.E., Arslan M.S.T, (2010). Enerji Çeşitleri Ve Geri Dönüşüme Karşı Tutumların Çevresel Davranışa Etkisi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 20, Sayı: 2, Sayfa: 323-342, ELAZIĞ
- Yücel M, Ekmekçiler Ü.S (2008). Çevre Dostu Ürün Kavramına Bütünsel Yaklaşım; Temiz Üretim Sistemi, Eko-Etiket, Yeşil Pazarlama, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* Güz-2008 C.7 S.26 (320-333) ISSN:1304-0278 Autumn-2008 V.7 N.26
- Varinli, İ. (2012). Pazarlamada Yeni Yaklaşımlar, Ankara, Detay Yayıncılık
- Zülfikar H. (2013). Hanelerin Yeşil Ürün Ve Hizmet Tercihlerinde Etkin Unsurlar Üzerine Bir İnceleme *Sosyoloji Konferansları* No: 48 (2013-2) / 57-73

KORUNAN ALANLARDA KORUMA KURULLARININ TURİZME OLAN ETKİLERİ: SAFRANBOLU ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Yasin DÖNMEZ
Karabük Üniversitesi, Orman Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
yasindonmez@karabuk.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Melih ÖZTÜRK
Bartın Üniversitesi, Orman Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
melihozturk@bartin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Ercan GÖKYER
Bartın Üniversitesi, Orman Fakültesi
Peyzaj Mimarlığı Bölümü
egokyer@bartin.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Fatih TÜRKMEN
Hoca Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi
Sosyal Bilimler Fakültesi
turkmenfatih@hotmail.com

Özet

Ülkemizde geçmişten günümüze kadar, korunan alanların korunması için farklı çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar, doğal ve kültürel özelliklere sahip olan alanların korunarak gelecek nesillere aktarılması amacıyla yapılmıştır. İnsan baskısının yoğun olarak hissedildiği turizm sektörü, korunan alanlar için ciddi tehlikeler oluşturmaktadır. Bu konuda çıkartılan yasaların yeterince işletilip işletilmediğini, bu alanlarda yapılacak olan her türlü müdahalelerin takip edilmesi koruma kurullarının görevleri arasında yer alır. Özellikle turizm işletmelerinin, daha çok kazanç sağlamak amacıyla kent silüetini bozabilecek, tahrip edebilecek uygulamalarının önüne geçilmesini sağlamak, ilgili koruma kurullarının önemli sorumluluklarındandır. Bu çalışmada, Unesco tarafından Dünya miras kentleri listesine dâhil edilen Safranbolu kent örneğinde koruma kurullarının turizme olan etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. İşletme sahipleri ile yüz yüze yapılan görüşmelerden elde edilen bilgiler sayesinde önemli sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Korunan kentler, koruma kurulları, Safranbolu.

EFFECTS OF PROTECTION COMMITTEES FOR THE PROTECTED SITES ON TOURISM: CASE OF SAFRANBOLU

Abstract

In Turkey from the past until today, variable actions have been taken for the protection of the protected sites. These actions have been considered in order to protect and hand down the sites that carry the natural and cultural characteristics, to the next generations. The tourism sector in which the intensive human pressure is experienced, imposes serious danger for the protected sites. The operability of the issued laws and the monitoring of the all kinds of interferences on these sites, are under the duties of the protection committees. Particularly, preventing the activities of the tourism establishments for sake of making more money and that may ruin and destroy the urban silhouette, are among the significant responsibilities of the associated protection committees. In this study, regarding to the protected sites, the investigation of the influences of protection committees on the tourism is aimed around the case of Safranbolu city, which is included into the world heritage cities list by UNESCO. Important results are achieved as consequences of face-to-face interviews with the tourism establishment owners.

Keywords: Protected cities, protection committees, Safranbolu.

1. GİRİŞ

Tarihi çevreler ve geleneksel kent dokuları, yaşanan geçmişin kanıtları olarak kültürel ve mekânsal anlamda farklılıkları yansıtmaktadır. Tarihi kentlerin yaşatılmasına yönelik ortaya çıkan koruma kavramı, başlangıçta sadece önemli olan yapıları korumak iken günümüzde ise farklılıkların ortaya konulması, yaşatılması, tarihsel geçmişe dayalı kimliğin devam ettirilmesi, diğer bir deyişle yapıların yer aldığı kent ve doğal çevre ile birlikte korunması olarak algılanmaktadır. Tarihi kentler, bir toplulukta süregelen gelenek, yaşayış, düşünce ve sanat gibi unsurları günümüze kadar taşıyan ve gelecek kuşaklara iletilmesini sağlayan maddi ve manevi değerleri içeren çevrelerdir. Bu türdeki kentler, geçmiş uygarlıkların sosyokültürel yapısı, mimari ve estetik özelliği ve yaşam felsefesine ait eserlerden oluşmaktadır. Bu nedenle, uygarlıkların en büyük maddi göstergeleri kentsel mekânlarda bulunmaktadır (Yazgan ve Erdoğan, 1992; Ahunbay,1999; Meşhur, 1999; Koçan ve Çorbacı, 2012; Ceylan ve Somuncu, 2016).

Tarihi kentsel alanların sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde korunması, kent bütünündeki mevcut tarihi yapıların aktif olarak kullanımı, günümüz yaşantısının gereksinimlerine yanıt verecek şekilde planlanması ile ekonomik ve sosyal niteliklerin de korunmasını gerektirmektedir. Bu nedenle, korunacak alanlar güncel kent dinamikleri ile birlikte ele alınmalıdır. Nitekim çağdaş koruma yaklaşımları, değerlendirme, geliştirme, kullanma ve ekonomik fayda sağlama eylemlerini içerir. Bu nedenle, tarihi mirası kullanma ve yaşatarak belli bir işlev kazandırma korumanın amaçları arasında yer almaktadır. Nitekim kültür turizmi, sürdürülebilirlik ilke ve politikaları ile geliştirilirse, yerel kültürel değerlerin küreselleşme karşısında yok olması önlenerek kültürel mirasın korunmasında bir araç haline gelebilecektir. Bunun tersine kültür turizmi sürdürülebilirlik ilkelerinden uzak bir şekilde gerçekleştiğinde, alanların sahip olduğu kültürel varlıklar üzerinde olumsuz etkilere de neden olarak yerel kültürel varlıkların bozulması, yabancılaşması ve orijinalliğini kaybetmesine de neden olabilecektir (Lichfield, 1988; Özkan, 2005; Meydan-Uygur ve Baykan, 2007; Koçan ve Çorbacı, 2012; Ceylan ve Somuncu, 2016).

Koruma altına alınmış tarihi kentlerin, sahip oldukları değerlerin, yapıların tescili ve korunması temel amacıyla koruma bölge kurulları kurulmuştur. Koruma bölge kurulları, Koruma Yüksek Kurulunun ilke kararları çerçevesinde olmak kaydıyla aşağıdaki işleri yapmakla görevli ve yetkilidir.

- a) Bakanlıkça tespit edilen veya ettirilen korunması gerekli kültür ve tabiat varlıklarının tescilini yapmak,
- b) Korunması gerekli kültür varlıklarının gruplandırılmasını yapmak,
- c) Sit alanlarının tescilinden itibaren üç ay içinde geçiş dönemi yapı şartlarını belirlemek,
- d) Koruma amaçlı imar planları ile bunların her türlü değişikliklerini inceleyip karar almak,
- e) Korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının koruma alanlarının tespitini yapmak,
- f) Korunması gerekli taşınmaz kültür varlıklarından özelliklerini kaybetmiş olanlarının tescil kaydını kaldırmak,
- g) Korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ve koruma alanları ile sit alanlarına ilişkin uygulamaya yönelik kararlar almaktır (Anonim 2017).

Karadeniz kıyılarını, Batı, Kuzey ve Orta Anadolu'ya bağlayan yol üzerinde yer alan tarihi Safranbolu Şehri, coğrafi konumu nedeniyle çok eski devirlerden beri yerleşim görmektedir. 14. yy.ın başlarından bu yana Türklerin hâkimiyetinde olan Safranbolu, özellikle 18. yüzyılda Asya ve Avrupa arasındaki ticaretin önemli bir merkezi olmuştur. Türk kentsel tarihinin bozulmamış bir örneği olan bu şehir, geleneksel şehir dokusu, ahşap yığma evleri ve anıtsal yapılarıyla bütünü sit ilan edilmiş ender kentlerden biri olarak 17 Aralık 1994 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yerini almıştır. Safranbolu, Osmanlı-Türk sivil mimarisinin eşsiz güzelliklerini taşıyan evleriyle kendini dünyaya tanıtmaktadır. Safranbolu'yu Türkiye'de ve dünyada öne çıkaran en önemli unsur, geleneksel Türk mimari tarzındaki Safranbolu Evleri'dir. Bu evler büyük bir kültürel birikimin, zenginliğin ve ustalığın üst düzeyde olduğu görülmektedir. Evler; üç katlı ve 6-8 odalı büyük konak tipli olarak geniş hacimli inşa edilmiştir. Nitekim çok eski bir tarih ve zengin bir kültür üzerine temelli olan kent, Osmanlı İmparatorluğu'nun en güçlü dönemi boyunca ekonomik zenginliğin bir merkezi olmuştur. Safranbolu,

günümüz döneminde, özgün tarihsel ve kültürel çevresiyle Türk sosyal yaşamının bütün geleneksel karakteristiğini sunmaktadır (Gürbüz, 2009; Somuncu ve Yiğit, 2010; Koçan ve Çorbacı, 2012; Anonim, 2017a; Anonim, 2017b; Ceylan ve Somuncu, 2016).

Safranbolu, korumanın en güzel örneklerinin sergilendiği önemli kentler arasında yer almaktadır. 1975-2016 yılları arasında ortaya konulan çabaların bir ürünü olarak Türkiye’de korumanın başkenti olarak kabul edilen Safranbolu, turizm kenti durumuna gelmiştir. Kentte üç kentsel sit alanı bulunmakla birlikte turistik faaliyetlerin yoğunlaştığı alan çarşı bölgesidir. Bu alanın pek çok sorunu koruma amaçlı imar planı aracılığıyla çözülmeye çalışılmaktadır (Dönmez vd., 2016).

Bu çalışmada koruma kurullarının turizm üzerine olan etkilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Eski çarşı bölgesinde yer alan işletme sahiplerine, yarı yapılandırılmış görüşme tekniği uygulanmıştır. Konaklama ve yiyecek-içecek işletme sahiplerine yarı yapılandırılmış görüşme formuna bağlı kalınarak, 20 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Yerinde yapılan gözlemler ile koruma kurulunun almış olduğu kararlardan elde edilen veriler analiz edilmiştir.

2. MATERYAL ve YÖNTEM

Araştırmanın materyalini Safranbolu kentinin eski çarşı bölgesi oluşturmaktadır. (Şekil 1). Safranbolu, Karabük ilinin en büyük ve gelişmiş ilçesidir. 41°-16’ kuzey enlemi ile 32°-41’ doğu boylamında yer alan Safranbolu, Ankara’nın 220 km kuzeyinde ve Karadeniz’in 90 km güneyindedir. Doğusunda Kastamonu, batısında ise Bolu ili yer almaktadır. 1013 km² yüzölçümüne sahip Safranbolu’nun büyük bir bölümü ormanlarla kaplıdır.



Safranbolu, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Yüksek Kurulu tarafından 1985 yılında, kentsel sit alanı ilan edilmiştir. 1991 yılında Safranbolu Koruma İmar Planı uygulamaya konulmuş ve 17 Aralık 1994 yılında ise, UNESCO tarafından Dünya Miras Listesi’ne dâhil edilmiştir. Kentteki yaklaşık 2000 geleneksel Osmanlı sivil mimarisininin 1490 tanesi (1222 konak), “korunması gerekli kültür varlıkları” olarak tescil edilmiştir (Ceylan ve Somuncu, 2016).

Araştırmada Safranbolu Eski çarşı bölgesinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin sorunları odak noktasından hareketle, nitel araştırma tekniklerinden olgubilim (fenomenoloji) türü çerçevesinde yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile işletme yöneticilerinin/sahiplerinin görüşleri değerlendirilmiştir. Bu görüşleri belirleyebilmek amacıyla araştırmacılar tarafından on sorudan oluşan bir form geliştirilmiştir. Bilinmektedir ki, olgubilim (fenomenoloji) nitel araştırmanın bir türü olup, farkında olduğumuz ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Bu olgular, yaşadığımız dünyada olaylar, deneyimler, algılar, yönelimler, kavramlar ve durumlar gibi çeşitli biçimlerde karşımıza çıkabilmektedir. Dolayısıyla bizlere tümüyle yabancı olmayan aynı

zamanda da tam anlamını kavrayamadığımız olguları araştırmayı amaçlayan çalışmalar için olgubilim (fenomenoloji) uygun bir araştırma zemini oluşturmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Ayrıca görüşme, araştırma amacına uygun olarak hazırlanan soruların, görüşüne ihtiyaç duyulan kişi(ler) araştırmacı tarafından sorularak cevap alınması süreci (Ural ve Kılıç, 2013) olup, yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinin kullanılmasının sebebi elde edilmek istenen verilerin ölçekli sorularla elde edilmesinin mümkün olmamasıdır. Önceden hazırlanmış görüşme taslağına bağlı olarak sürdürülen yarı yapılandırılmış mülakat tekniği, araştırmacıya daha sistematik ve karşılaştırılabilir bilgi elde edebilme olanağı sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005).

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

Safranbolu sahip olduğu doğal ve tarihi güzelliklerin görülmesi maksadıyla yerli ve yabancı ziyaretçi sayısı, sürekli bir artış içerisinde. Kentte 1995 yılında 30.273 kişi konaklama yapmışken, 2016 yılında bu sayı 205.144'e çıkmıştır (Tablo 1). Ancak günübirlik olarak alana gelen ziyaretçilerin giriş çıkış kaydının tutulmaması, alanda görülen ziyaretçi yoğunluğunun tam olarak ortaya konulamamasına neden olmaktadır. Konaklama yapanların dışında, tur operatörleri ve sivil toplum kuruluşlarının düzenlediği gezi turlarıyla alana gelen günübirlikçi ziyaretçi sayısı her geçen gün artmaktadır. Günübirlikçi olarak gelen bu kişiler, konaklama yapanlarla birlikte düşünüldüğünde alana gelen yıllık ziyaretçi sayısı yaklaşık olarak üç katına çıkmaktadır (Ceylan ve Somuncu, 2016). Safranbolu UNESCO listesine 17 Aralık 1994 yılında girildiğine göre 1995 verileri ile 2016 verileri karşılaştırıldığında, 21 yılda 7 kat bir artış olduğu değerlendirilebilir.

Tablo 1. Safranbolu Yerli/Yabancı Ziyaretçi Sayıları (Safranbolu Danışma bürosu)

Ziyaretçi Türü/Yıl	1995	2016
Yerli Ziyaretçi	27.644	173.075
Yabancı Ziyaretçi	2.629	32.069
Toplam	30.273	205.144

Safranbolu'da Turizm ve Belediye Belgeli Tesis Sayıları tablo 2'de verilmiştir. Yılın geneline bakıldığında ihtiyacı karşılasa da, resmi tatil ve hafta sonları artan yoğunluktan dolayı yetersiz kalabilmektedir.

Tablo 2. Safranbolu Turizm ve Belediye Belgeli Tesis Sayıları (Safranbolu Danışma bürosu)

KONAKLAMA TESİSLERİ BELGE TÜRÜ VE KAPASİTE SINIFLANDIRMASI			
2017 YILI			
TESİSİN BELGE TÜRÜ	TESİS SAYISI	ODA SAYISI	YATAK KAPASİTESİ
TURİZM İŞLETME BELGELİ TESİS	24	547	1319
MAHALLİ İDARECE BELGELİ TESİS	90	857	2190
TOPLAM	114	1404	3509

Daha önceden hazırlanmış olan 10 sorudan oluşan mülakat formu, Safranbolu eski çarşı bölgesinde yer alan 20 işletme sahipleri ve/veya yöneticileri ile yüz yüze görüşme yapılmıştır. Bu sorular:

1. Koruma kurulları hakkında bildikleriniz nelerdir?
2. Bulduğumuz işletmede herhangi bir tadilat yaptırдыңız mı?
3. İşletmenizle ilgili hangi konularda talepleriniz olmaktadır?

4. Tadilat öncesi veya sonrası herhangi bir konuda kurulla ters düştüğünüz oldu mu? Varsa nelerdir?
5. İşletmeye gelen turistlerin hangi istekleri sizleri onarım veya yenileme sürecine götürdü?
6. Koruma kurulları sizce gerekli mi?
7. Elinizde imkânınız olsa işletmenizin fiziki imkânlarını arttırmıydınız?
8. Safranbolu kentinin sahip olduğu koruma statülerini biliyor musunuz?
9. Safranbolu'ya gelen turistler için (günü birlik dahil) kentte bulunan işletmeler yeterlidir mi?
10. Turistler ile yaptığımız görüşmelerde Safranbolu'ya gelme sebepleri nelerdir?

Görüşmeler yüz yüze işletme mekânlarında yapılmıştır. 17'si erkek, 3 bayan'dır. 4 tanesinin eğitim seviyesi lise ve altı 16'sının üniversite mezunudur. 14 kişi Safranbolulu, 3 Karabük diğer 3'ünde diğer iller olarak tespit edilmiştir.

Olgubilim (fenomenoloji) çerçevesinde yapılan bu araştırmalardaki verilerin analizi, içerik analizi ile kavramsallaştırılarak, sonuçlar betimsel anlatımlarla sunulmuştur. Çalışma dahilinde elde edilen sonuçlar şu şekilde sınıflandırılarak maddelenmiştir:

- Koruma kurulları hakkında 12 işletme sahibi yeterli bilgiye sahip iken diğerleri değildirlir. 3 işletme sahibi görüşme esnasında bu kurulların varlığını ve görevlerini öğrenmişlerdir.
- Basit onarım ve tadilat yaptıran işletme sayısı 4, 3 işletme ise restorasyon projeleri uygun görülmuş ve sürecin başlanacağı bilgisini vermişlerdir.
- İşletme sahiplerinin, iç mekan düzenlemeleri ile yeterli alana sahip olanların peyzaj düzenlemeleri konularında daha çok talepleri olduğu tespit edilmiştir.
- Konaklama işletmeciliği yapan işletmeler, basit onarımlar dışında yapacakları her türlü inşaat faaliyetleri için koruma kurulundan gerekli izin almak zorundadırlar. Bu işlem gerektiğinden uzun sürmekte veya bunun için izin istedikleri düzenlemeler için gerekli olan izinleri alamamaktadırlar. Görüşme yapılan 3 işletmenin (konaklama) otopark ve peyzaj konusunda mahkemelik olduklarının beyan etmişlerdir.
- Konaklama işletmeciliği yapan işletmeler, gelen talepler doğrultusunda
 - ◆ Restorasyon işleri,
 - ◆ Cephe onarımları,
 - ◆ İç mekan düzenlemeleri,
 - ◆ Peyzaj düzenlemeleri konularında talepleri olmuştur.
- Koruma kurullarının amacı kent estetiğini ve/veya yapılara zarar vermeyecek önerilen projelere gerekli izinleri vermek, kontrol etmek ve uygulamaları denetlemektir. Yaşadıkları sorunları olan 3 işletme sahipleri, koruma kurullarının varlıklarına karşı çıkmışlardır. Restorasyonu devam eden yapılarda, proje dışı uygulamaların yapıldığı ve bunun tespiti ile birlikte durdurma ve/veya yıkılmalara kadar bir sürecin izlendiği belirtilmiştir.
- İşletmeler sahip oldukları tesisler için hazırlanmış oldukları onarım ve/veya tadilat projelerini koruma kurullarının onayına sunmadan belediyelerin onayına sunmaları, zaman zarfı sürecinde yasal sıkıntılara sebebiyet vermektedir. Kendi isteklerine bırakılsa, işletmeleri için gerekli düzenlemeleri düşünmeden yaptıracakları işletme sayısı 12 olarak karşımıza çıkmıştır.
- Özellikle tatil günleri ve hafta sonu gelen turistlerin yiyecek-içecek işletmelerinin yeterli olduğu, konaklama işletmelerinin sahip oldukları yatak sayılarının yetersiz kaldıklarını beyan etmişlerdir.
- Tarihi evlerin yanında, doğal güzelliklere de sahip olan kentin, özellikle İstanbul Ankara gibi büyük kentlere olan yakınlığı sebebiyle tercih edildiği görüşmelerde vurgulanmıştır.

4. TARTIŞMA ve SONUÇ

Günümüzde korunan alanların turizme açılması ile birlikte meydana gelen sorunların başında koruma-kullanım dengesi gelmektedir. Doğal, tarihi veya kültürel özelliklere sahip olan alanların yoğun turizm faaliyetlerinin, alan üzerine olumsuz etkiler meydana getirmektedir. Turistlerin satın alma isteklerine göre turizm işletmelerinin, farklı düzenlemeler yapma istekleri ile birlikte alan üzerinde bozulmalara neden olmaktadır.

Safranbolu'nun korunmasına yönelik, koruma kurulu tarafından alınan kararlar, koruma niteliği ve kullanılacak yöntemler gibi konular turizm konusu da düşünülerek daha hızlı kararlar verilmelidir. Bunun için koruma çalışmalarında üniversiteler, yerel halk ve işletme sahiplerinden de mutlaka destek alınmalıdır.

Planlar, sadece koruma üzerine odaklandırılmamalı, kullanım dengesini de hesaba katılmalıdır. Safranbolu'nun Ankara, İstanbul gibi büyük kentlere de yakın olması sebebiyle, yıllık 750.000'den fazla turist ziyaret ettiği bilinmektedir. Bu sebepten ötürü, turizm kapsamında yürütülebilecek etkinliklerin çeşitlendirilmesi ve aşırı tesisleşmenin önü açılmamalıdır. Koruma kurulları bu konuda yeterince hassasiyet göstermektedirler.

Korunan tarihi kentlere ilişkin öncelik verilmesi gereken çalışmalardan birisi de yerel halk ile birlikte işletme sahiplerinin de; korunan alan, bu alanlardan beklenen potansiyel faydalar, getirilen kısıtlamalar, sağlanan yasal haklar ve alternatif gelir kaynakları gibi konularda eğitilmesi ve bilinçlendirilmesidir. Bu bağlamda, özellikle TÜBİTAK tarafından desteklenen ve mevcut uygulamaları genellikle eğitimcilerle yönelik olarak gerçekleştirilen eğitim projelerinin tarihi kentlere yönelik olarak yönlendirilmesi düşünülebilir.

KAYNAKLAR

- Ahunbay, Z. (1999). *Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon*, YEM Yayınları, İstanbul.
- Anonim, (2017a). Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı, Karabük, <http://bakka.gov.tr/site/sayfa/44/karabuk#.VO3QQnysWcx> (Erişim Tarihi: 20.08.2017).
- Anonim, (2017b). <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44426/safranbolu-sehri-karabuk.html>, Erişim Tarihi:07.11.2017
- Anonim, (2017c). <http://www.korumakurullari.gov.tr/TR,89185/koruma-bolge-kurullarinin-gorevi-ve-olusumu.html>, Erişim Tarihi: 15.08.2017
- Ceylan, S., & Somuncu, M. (2016). Kültür Turizmi Alanlarında Turizmin Çeşitlendirilmesine Eleştirel Bir Bakış: Safranbolu UNESCO Dünya Miras Alanı. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1).
- Dönmez, Y., Türkmen, F., Cabuk, S. (2015). Kırsal Turizmde Sürdürülebilirliğin Sağlanması İçin Turizm İşletmelerinin Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma: Safranbolu Yörük Köyü Örneği. *1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, 19-21 Kasım 2015, Kastamonu.
- Dönmez, Y., Cabuk, S., Öztürk, M., & GÖKYER, E. (2016). Safranbolu Kentsel Sit Alanında Otopark Sorunu ve Çözüm Alternatifleri. *Journal of Bartın Faculty of Forestry*, 18(2), 137-145.
- Gürbüz, A. (2009). "Safranbolu'yu Ziyaret Eden Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Turistik Ürünleri Algılama Durumu", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (2), 217-234.
- Koçan, N., Çorbacı, Ö.L. (2012). "Tarihi Çevreleri Koruma Sürecinde Yeni Yaklaşımlar: Kongre Turizmi, Safranbolu Çarşısı Örneğinde Bir Araştırma", *MAKÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3 (2), 31-96.
- Lichfield, N. (1988). *Economics in Urban Conservation*. Cambridge University Press, England.
- Meşhur, M.Ç. (1999). Tarihi Çevrelerin Korunması Sürecinde Yeni Yaklaşımlar: Amasya Kenti Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Özkan, N.E. (2005). Koruma ve Kültür Turizmi Bağlamında İstanbul Tarihi Yarımada'da Bizans Dönemi Mimari Mirasının Değerlendirilmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

- Somuncu, M., Yiğit, T., Bölükbaşı-Ertürk, E. (2009). “Safranbolu Raporu”, İçinde: Türkiye'nin Dünya Miras Alanları-Koruma ve Yönetimde Güncel Durumlar, UNESCO Türkiye Milli Komisyonu Somut Kültürel Miras İhtisas Komitesi, ss. 215-240, Ankara.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2013). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS İle Veri Analizi, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Yazgan, M.E. Erdoğan, E. (1992). Tarihi Çevrelerde Peyzaj Planlama, Peyzaj Mimarlığı Derneği Yayınları II, Ankara.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2005). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayıncılık: Ankara.

**TURİZM İŞLETMELERİNDE MALİYET UNSURU OLARAK ENERJİ
KULLANIMI: BURHANIYE UYGULAMALI BİLİMLER YÜKSEKOKULU
UYGULAMA OTELİ ÖRNEĞİ**

Mehmet Oğuzhan İLBAN
Assoc. Prof. Dr., Balıkesir University, Burhaniye U.B.Y.O.
ilban@balikesir.edu.tr

Muammer BEZİRGAN
Asst. Prof. Dr., Balıkesir University, Burhaniye U.B.Y.O.
muammerbezirgan@hotmail.com

Fatih ÇOLAKOĞLU
Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye U.B.Y.O.
fatih.colakoglu@outlook.com.tr

ÖZET

Geçmişten günümüze dünyanın temel sorunlarından ve temel tartışma konularından biri enerji kavramı ve enerjinin sürdürülebilirliğidir. Var olan enerji kaynaklarının bilinçsizce kullanılması, bu enerji kaynaklarının atmosfere, çevreye verdiği kirlilik ve enerji kaynaklarının hızla tükenmesi, alan yazına yeni bir kavram olarak giren yenilenebilir enerji kaynaklarının araştırılmasını ve bu kaynakların kullanımının sürdürülebilirliğinin sağlanmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bağlamda turizm sektöründe yer alan işletmelerin sürdürülebilir maliyet ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımıyla doğal kaynaklar ve çevrenin korunarak, kültürel mirasın temel taşı olarak turizmin sürdürülebilirliği sağlanabilir. Bu çalışmada enerji kaynaklarının çeşitliliği ve yenilenebilir enerji kaynaklarından güneş enerjisi sisteminin otellerde uygulanabilirliği ve oteller için maliyet avantajları incelenmeye çalışılmıştır. Örnek otel olarak, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Uygulama Otelini seçilerek maliyet tabloları ve yenilenebilir enerjilerin kullanılabilirliği çalışma içerisinde sunulmaktadır.

Anahtar Sözcükler: Enerji, Yenilenebilir Enerji, Sürdürülebilir Turizm.

1. GİRİŞ

Küreselleşme ve sürdürülebilirlik kavramları bugün dünyada tartışılan iki önemli konudur. Son yıllarda sürdürülebilirlik kavramı hemen hemen tüm alanlara yansımıştır. Beşeri yaşamın bir gerekliliği olarak ortaya çıkmış ve tarımın, kentlerin, turizmin, teknolojinin vb. birçok örneğin sürdürülebilirliği, farklı alanlarda örnek niteliği taşımıştır. Hepsini farklı toplumsal boyuttadır, ancak ortak olan özellikleri insanın geleceğini konu almaları ve hangi alan için düşünülmüyorsa o alanın kaynaklarının korunmasını amaç edinmeleridir (Beyhan ve Ünüğür, 2010). Doğal çevreyi hammadde olarak kullanan Turizm sektörünün sürdürülebilirliği, turizme sebep olan yerel, bölgesel ve ülkesel değerlerin bilinmesi, korunması, geliştirilmesi ve çekiciliğinin her dönem devamlılığının sağlanması anlamına gelmektedir (Sezgin ve Karaman, 2008). Turizm endüstrisinde çevresel değerlerin önemi, turizm işletmelerinin çevreye hassasiyetini zorunlu kılmaktadır. Çevresel değerlerin ve dolayısıyla turistik talebin sürdürülebilirliğinden beslenen turizm işletmelerinin çevresel uygulamalara karşı duyarlı olması bu sebepten dolayı kaçınılmazdır (Atay ve Dilek, 2013). Turizm Endüstrisinin bağımlı olduğu doğal çevre, plajlar, temiz hava ve denizlerin temizliği ve sürdürülebilirliği endüstrinin önemle üzerinde durması gereken bir husustur (Kuo ve Chen,2009) .

Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması için konaklama işletmelerine önemli görevler düşmektedir. Destinasyona gelen turistler zamanlarının büyük bölümünü konaklama işletmelerinde geçirmekte ve bu sürede bir takım çevresel etkiler yaratmaktadırlar. Misafirlerin konaklama esnasında tükettiği su, elektrik, doğal gaz aynı zamanda tesisin ısıtılması ve soğutulması için tüketilen elektrik ve fosil yakıtlar, yiyecek içecek üretiminde kullanılan enerji, tesisin temizlenmesinde kullanılan kimyasallar

destinasyon çevresi ve dolaylı olarak genel çevre üzerinde baskı yaratmaktadır. Tesislerin daha az su, elektrik ve fosil yakıt kullanımı, yenilenebilir enerji kaynaklarına yönelmesi vb. gibi tasarruf tedbirleri sayesinde doğal çevrenin korunması ve turizmin sürdürülebilirliği sağlanabilir.

Bu kapsamda, konaklama işletmelerinde sürdürülebilirlik uygulamalarına ve enerji kullanımına ilişkin literatür gözden geçirilmiştir. Kapsamı kamu sosyal tesislerinde enerji verimliliği ve sürdürülebilir çevresel uygulamalardan oluşan bu çalışma, tespit edilen literatür açığının kapatılmasına sağlayacağı katkı açısından önemlidir. 2013-2014 yılları arasında Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) tarafından yapılan “İller Arası Rekabetçilik Endeksi” çalışmalarının sonuçları incelendiğinde Balıkesir’in Türkiye’de 30. Sırada bulunduğu görülmektedir. Yapılması gerekenlerin en basında ar-ge ve teknoloji için finansman sağlanması sayılmaktadır. TEVEM Enerji Verimliliği Raporu (2010)'na göre 377 milyar USD olan dış ticaret açığının %41'i enerji ithalatından kaynaklanmaktadır. Türkiye'de üretilen elektrik enerjisinin büyük çoğunluğu doğalgaz çevrim santralleri ile yapılmaktadır. Enerji Bakanlığı'nın Stratejik Planı'na göre yenilenebilir enerji üretiminin elektrik enerjisi üretimi içerisindeki payının 2023 yılında en az %30 seviyesine çıkarılması hedeflenmektedir. 2.000MW'lık yenilenebilir enerji yatırımının yıllık yaklaşık olarak 26 milyon karbondioksit salınımını azaltacağı hesaplanmaktadır. Bu doğrultuda son iki yılda Balıkesir Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisinde enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı ile ilgili önemli çalışmalara gerçekleştirilmiştir. Bu nedenle bu çalışmada vaka yöntemiyle Balıkesir Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisinde gerçekleştirilen enerji verimliliği uygulamaları incelenmiş sürdürülebilirlik uygulamaları ve elde edilen tasarruf miktarları sunulmuştur. Çalışmadan elde edilen sonuçlar kapsamında kamu kurum ve kuruluşlarına, uygulama otellerine ve diğer özel konaklama tesislerine enerji tasarrufu ve yenilenebilir enerji uygulamaları ile ilgili öneriler geliştirilmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Otellerde enerji kullanımı

Enerji tasarrufu ve alternatif enerji kaynaklarının kullanımı; özellikle yenilenemeyen enerji kaynaklarının sürdürülebilir kullanımı konusunda artan bilinç sayesinde konaklama sektöründe de oldukça güncel bir konu haline gelmiştir . Çevre yönetimi bağlamında enerji, yenilenemeyen kaynakların tüketilmesi anlamına gelmektedir. Enerji tasarrufu sağlayan farklı teknolojiler gelişmiş ülkelerde sürdürülebilir gelişmenin temel bileşeni haline gelmiştir. Otellerde havuz ısıtmada kullanılan yeni bir teknolojinin elektrik tüketimini %50 azalttığı tespit edilmiştir. Özellikle sıcak bölgelerdeki otellerde dışarıdaki hava sıcaklığına bağlı olarak elektrik tüketimi değişmektedir. Hong Kong'daki otellerde toplam elektrik tüketiminin %50'sinin havalandırma cihazlarına ait olduğu tespit edilmiştir (Güneş, 2011).

Bununla birlikte Türkiye’de 5. Dünya Su Formu bünyesinde çevre dostu forumu ile TUROB ve Bureau Veritas işbirliğiyle Türkiye’de gerçekleştirilen yeşil oteller projesinde beş yıldızlı otel kategorisinde Polat Renaissance Hotel İstanbul birinci olmuştur. Proje, otellerin su ve enerji tasarrufu yaparak ve atık yönetimini destekleyerek, gelişmekte olan çevreye duyarlı tüketici tercihleri karşısında işletmelerin nasıl ayrıcalık kazanabileceklerini anlatmayı amaçlamaktadır. Bu projede, Polat Renaissance Hotel doğalgaz motoru ile elektrik üretilen aynı zamanda motorun egzoz gazı ısı ile buhar ve sıcak su üretimi de sağlayarak, hem maliyetlerinde önemli bir azalma sağlamış hem de çevreye duyarlı tüketicilerin ve STK’ların desteğini alarak iyi bir tanıtım yapmıştır. Bu gelişmenin, otele karlılık ve prestij kazandırır nitelikte olduğu gözlemlenmektedir (Atay ve Dilek, 2013).

İşletmeler şu üç faaliyetten biri ya da daha fazlasını yaparak yeşil girişimde bulunmaktadır: (1) yeniden kullanım - reusing, (2) geri dönüşüm - recycling, (3) azaltma – reducing. Çevre yönetiminde “3R” olarak formüle edilen bu faaliyetlerin amacı, şirketin pazarlama ilgi alanına eşlik eden doğal kaynakların atık miktarının kontrolüdür (Seyhan ve Yılmaz, 2010). Bu çalışmada Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisinde gerçekleştirilen azaltma- reducing işlemlerinin neler olduğu, bu işlemler sayesinde eğitim ve uygulama tesisinde elde edilen tasarruf miktarları ve bu tedbirlere paralel konaklama sayılarındaki artışlar

sunulmuştur. Ayrıca çalışmada, Eğitim ve Uygulama tesisi için hazırlanan güneş enerjisi projesi (GES) hakkında bilgiler de verilecektir.

3. BURHANIYE UYGULAMALI BİLİMLER YÜKSEKOKULU EĞİTİM VE UYGULAMA TESİSİ ENERJİ VERİMLİLİĞİ UYGULAMALARI

Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisi, 2012 yılı Haziran ayında faaliyete geçmiştir. Tesis her yıl 1 Eylül ile 30 Mayıs tarihleri arasında 9 ay öğrenci yurdu olarak, 1 Haziran - 30 Ağustos tarihleri arasında ise konaklama tesisi olarak Balıkesir Üniversitesi öğrencileri, personeli ve diğer konuklara hizmet vermektedir. Tesiste yapılan etüt ve fizibilite çalışmaları sonucunda tesisle ilgili tespit edilen sorunlar belirlenmiş ve bu doğrultuda çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Tesisin son 3 yıllık gelir gider tabloları incelenerek öncelik konusuna göre çeşitli planlamalar gerçekleştirilmiştir.

Tablo 1. Tesisin Gelir Gider Tablosu

	2013	2014	2015	2016	2017 (8 Ay)
Toplam gelir	625.877,00	981.229,00	1.253.241	1.854.384	1.317.556
Toplam gider	545.062,30	842.192,77	1.140.887	1.668.035	969.603,01
Kar/zarar	+80.815	85,453.35	17.805.44	44.841.88	248.608.88

Tesisin gider kalemleri incelendiğinde ısınma ve soğutma için harcanan elektrik ve Fuel- oil giderlerinin toplam giderler içerisindeki payının yüksek olduğu görülmektedir. Tesiste enerji verimliliği tedbirleri alınmadan önceki son 3 yılda gerçekleşen elektrik ve fuel-oil giderleri şu şekildedir.

Tablo 2. Tedbir Önlemleri Öncesi Binaya ait Elektrik ve Fuel Oil Giderleri

Gider türü	2013	2014	2015 (ilk 6 ay)
Elektrik (Okul)	64.521,82	131.044,91	63.453,30
Elektrik (D.Sermaye)	62.617,42	32.425,75	71.804,05
Fuel-oil (Okul)	59.756,14	70.423,34	-
Fuel-oil (D.Sermaye)	141.954,88	178.381,66	189.696,23
Toplam	328.850,26	412.275,66	324.953,58
Toplam gider içindeki payı	%60	%49	%76

Tesisin gider kalemleri incelendiğinde ısınma ve soğutma için harcanan elektrik ve Fuel- oil giderlerinin toplam giderlerin % 49-76 arasında bir paya sahip olduğu görülmektedir. Bu nedenle eski teknolojiye sahip bu sistemler yenilenmiş ve daha tasarruflu sistemler ile değiştirilmiştir. Bu sayede

hem daha kaliteli bir ısınma ve soğutma sağlanmış, maliyetler düşürülmüş ve tesisin sürdürülebilirliği sağlanmıştır. Bu kapsamda yapılanlar özetle şunlardır;

- Binada kurulu olan elektrik ve fuel-oil sistemleri daha düşük yakıt tüketimine sahip elektrik sistemlerine dönüştürülmüştür,
- Elektrik giderlerinin azaltılması kapsamında tesiste yenilenebilir enerji (güneş enerjisi panelleri) ile ilgili proje hazırlanmıştır.

3.1 Isıtma ve Soğutma Sistemlerinin Revizyonu

Binada mevcut ısıtma ve soğutma sistemleri incelendiğinde binanın ısıtması 1.000.000 kapasiteli 2 adet fuel oil kazanı ile sağlanmaktaydı. Kazanlardan elde edilen sıcak hava ve su bina içerisine iki ayrı yöntem ile (sıcak hava ve sıcak su) verilmekteydi. Binanın soğutma sistemi ise chiller grubu soğutma sistemi ile sağlanmaktaydı. Chiller'den elektrik ile elde edilen soğuk hava odalarda bulunan fan coil'ler yardımıyla odaların ve diğer alanların soğutmasında kullanılmaktaydı. Mevcut sistemin saatlik elektrik tüketimi aşağıdaki gibidir.

Tablo 3. Binada Kurulu Soğutma Sisteminin Elektrik Tüketim Değerleri

	102 oda 1 saat	24 saatte	TL karşılığı
Fan coil	76.5 Kw	1.836 Kw	734 TL
Chiller	160 Kw	3.840 Kw	1536 TL
Toplam	236.5 Kw	5.676 Kw	2.270.04 TL
		Oda başı maliyet	22.25

Tablo 4. Binada Kurulu Isıtma Sisteminin Fuel Oil ve Elektrik Tüketim Değerleri

	102 oda 1 saat	24 saatte	TL karşılığı
Fuel-oil	20.8 litre	499 litre	936.22
Fan coil	76.5 Kw	1836 Kw	734 TL
Motor sistemi	25 kw	600 Kw	240
Toplam			1.910.22 TL
		Oda başı maliyet	18.72

Binada kurulu mevcut sistemlere ait odabaşı tüketim değerleri Tablo 3 ve Tablo 4'te sunulduğu gibidir. Binadaki sistemin tadilat çalışmaları için uzman kişi ve ekipler tesise davet edilerek görüşleri alınmıştır. Mevcut sistemin yenilenmesi için özellikle düşük enerji tüketimine sahip teknolojiler araştırılmış ve bunlarla ilgili teklifler alınmıştır. Yapılan araştırmalar neticesinde binadaki soğutma ve ısıtma problemini çözebilecek uygun maliyetli split klima sistemi üzerinde yoğunlaşmıştır. Split klima sistemi ile ilgili enerji tüketimi ve yatırımın geri dönüşüm süresi ile ilgili veriler aşağıdaki gibidir.

Tablo 5. Duvar Tipi Split Klima Sistemi Enerji Tüketim Değerleri ve Oda Başı Günlük Maliyet Oranları

12000 inverter	btu	102 oda 1 saat	24 saatte	TL karşılığı	Oda başı maliyet
Soğutma		110.16 Kw	2.643,84	1057,53	10.36
Isıtma		99.96 Kw	2.399,04	959,61	9.40

İlk etapta yapılması düşünülen 102 adet oda için çeşitli firmalara keşifler yaptırılmış ve bir oda için 12000 btu'luk klimaların yeterli geleceği tespit edilmiştir. Bu kapsamda kurulacak yeni sistemin maliyet avantajı ve yapılacak yatırımın amortisman süresi Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Yatırımın Geri Dönüşüm Oranı

	Oda başı maliyet (mevcut sistem)	Oda başı maliyet (yeni sistem)	Oda başı tasarruf (24 Saatte)	%100 kullanım oranına göre oda başı tasarruf (yılda)	%50 kullanım miktarına göre	% 25 kullanım miktarına göre
Soğutma	22.25	10.36	11.89 TL (%53.4)	1070 TL	535	267.5
Isıtma	18.72	9.40	9.32 TL (%49.7)	2.516 TL	1258	629
Toplam				3586 TL	1793	896.5
Amortisman süresi				0.43 yıl	0.87 yıl	1.7 yıl

Tüm bu çalışmalar sonucunda ısıtma ve soğutma sistemlerinin yenilenmesine karar verilmiştir. Binaya toplam 185 adet A+ enerji tüketimine sahip inverter klima alınmış ve montajı süratle gerçekleştirilmiştir. Bu sayede toplam 555 kw enerji ve 900 litre fuel-oil tüketen eski sistem terk edilmiş yerine toplam 24 saat çalışma prensibine göre 250 kw enerji sarfiyatı olan yeni sisteme geçilmiştir. Bu sayede 305 kw'lık elektrik tasarrufu sağlanmış ve bunun yanında 900 litrelik kalorifer yakıtından tasarruf edilmiştir. Daha az enerji ve fosil yakıt tüketerek tesiste daha konforlu bir ısıtma ve soğutma sağlanmıştır. Ayrıca müşteri memnuniyeti artmış müşteri şikayetleri ciddi oranda azalmıştır.

3.2. Tesiste Bulunan Aydınlatma Sistemlerinin Revizyonu

Tesisin elektrik kullanım miktarlarını düşürmek için ısıtma ve soğutma sistemlerinden sonraki ikinci uygulama tesiste bulunan aydınlatma ampullerinin düşük enerji tüketimine sahip led ampullerle değiştirilmesidir. Tesiste bulunan 560 armatür 1420 ampül sayısı azaltılarak 280 led armatüre dönüştürülmüştür. Toplam değiştirme maliyeti 7500 tl dir. Bu sayede tesisi yıllık 7400 enerji tasarrufu sağlanmıştır. Değişim verileri ve yatırımın geri dönüşümü ile ilgili veriler aşağıdadır.

Tablo 7. Aydınlatma Sistemlerinin Değişim Maliyetleri ve Hesaplanan Tasarruf Miktarları

Eski ampül	Yeni led ampül	Fark	Tasarruf %100 kullanımda	Tasarruf %25 kullanımda
1 saatte 0,08 KWh	1 saatte 0,02 KWh	0,06		

Harcıyor.	Harcıyor.			
1 KWh: 0,40 TL	1 KWh: 0,40 TL			
Bir Saatte: 0,032 TL	Bir Saatte: 0,008 TL	0,026	1,95	0,48
Bir Günde: 0,768 TL	Bir Günde: 0,192 TL	0,576	46,80	11,70
1 Ayda: 23,04 TL	1 Ayda: 5,76 TL	17,28	1404,00	351
1 Yılda: 276,48 TL	1 Yılda: 69,12 TL	207,36	16,848,00	4,212
1 saatte 0, 03 KWh Harcıyor.	1 saatte 0, 012 KWh Harcıyor.	0,018		
1 KWh: 0,40 TL	1 KWh: 0,40 TL			
Bir Saatte: 0,012 TL	Bir Saatte: 0,0048 TL	0,0072	1,47	0,36
Bir Günde: 0,288 TL	Bir Günde: 0,115 TL	0,173	35,42	8,85
1 Ayda: 8,64 TL	1 Ayda: 3,45 TL	5,19	1062,72	265,68
1 Yılda: 103,68 TL	1 Yılda: 41,47 TL	62,21	12.752,64	3188,16

Tesiste yapılan bu değişimle beraber aydınlatmaların %25 miktarında kullanılması koşuluyla 15 watt güce sahip ampüllerin 1.67 yılda ($409/2=205$ adet 15 watt led armature * 26 TL (kdv dahil) =5330,00/3188,16=1.67), 20 watt güce sahip ampüllerin ise 0.51 yılda ($150/2= 75$ adet 20 watt led armature * 29 TL (kdv dahil) = 2175,00/4212 =0,51), ortalama ise tüm ampüllerin 1.01 yılda (Toplam= 7505,00/7400,16= 1,01) yatırım maliyeti kadar enerji tasarrufu ortaya çıkardığı görülmektedir.

3.3. Güneş Enerjisi ile Elektrik Üretimi Projesi

Günümüz Dünyasında yer küreye ulaşan güneş enerjisi ile dünya enerji tüketimi orantılandığında dünyaya ulaşan güneş enerjisinin, dünya enerji tüketiminin yaklaşık 8.000 katına eşit olduğu bilim çevrelerince vurgulanmaktadır. Yani yıllık planda tükettiğimiz toplam elektrik enerjisinin yaklaşık 8.000 katını güneş dünyamıza sorunsuz göndermektedir. Sınırlı bir süre sonra rezervleri tükenen fosil enerji kaynakları yerine sınırsız olarak nitelendirilebilecek güneş enerjisinin kullanılması kaçınılmazdır.

Gelişmiş ülkelerde uzun yıllar önce güneş enerjisinden elektrik enerjisi elde etme uygulamaları başlamıştır. Global ölçekteki güneş haritalarında güneş güç yoğunluğunun oldukça yüksek değerler aldığı ülkemizde maalesef fotovoltaik uygulamalar çok gecikmiştir. Bu problem tespiti ile Kamu kaynaklarının daha verimli kullanımı adına güneş enerjisi ile elektrik üretiminin mecburiyeti yarının

Türkiye’ si için önemli bir sorun olarak karşımızda durmaktadır. Bugün bu alanda atılacak adımların da toplumsal farkındalığımız ve adaptasyonumuz için büyük önem taşımaktadır.

Teklif edilen bu proje Balıkesir Üniversitesi Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu ve Döner Sermaye İşletmesine bağlı çalışan Burhaniye Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisi olarak 2011 yılından beri faaliyet gösteren ve önemli miktarda istihdam sağlayan bir kamu kurumudur. Proje ile bir KOBİ olan işletmenin rekabet gücünün artırılmasına katkı sağlayacaktır. Yapılacak olan yatırım ile çevresel sürdürülebilirliği oldukça yüksek olan önemli bir doğal kaynaktan yararlanılmış olacaktır. Üretilen elektrik enerjisinin işletmenin enerji maliyetlerinin azaltılmasına katkı sağlayacağı, azalan enerji giderleri ile işletmenin kaliteli hizmet üretebilme kabiliyeti artacak, değişen teknolojik altyapıya hızla ayak uydurabilmesi sağlanacaktır. Turizm sektöründe gerçekleşen yeniliklere cevap verebilme, yatırım kararlarının alınabilmesinde kolaylık sağlama, bölge turizminde profesyonel hizmet anlayışıyla maliyet liderliği yapabilme gibi çıktılarında hedeflendiği proje, düşünüldüğünde çoğaltan etkisi ile bölgedeki bir çok işletmenin örnek aldığı bir kamu kurumu olacaktır. Turizm sektöründeki özel teşebbüslerin de yararlandığı ve örnek alacağı bir işletme olmak amacıyla projenin gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir.

Gerçekleştirilecek proje ile önemli bir doğal kaynak olan güneş enerjisinden elektrik üretimi sağlanacaktır. Proje kapsamında atıl durumda olan Yüksekokul çatısı verimli bir alana dönüşecektir.

Yıllık bazda kurumun elektrik faturası giderlerinde % 35 ile %37 düzeyinde azalma gerçekleştirilecektir. Elektrik enerjisine giden gelirlerin Kurumun diğer gelişim alanlarına yönelmesi ile büyük bir kaynak sağlanacak ve kurumsal rekabetin güçlenmesine bölgede daha nitelikli hizmetlerin sunulmasına katkı sağlanacaktır. Çevreci bir bakış açısı ile elektrikte Güneş enerjisi kullanımının CO₂ salınımını engellediği de bilimsel olarak ortaya konulmuş bir gerçektir. Bölgede Güneş Enerjisinden elektrik üretimi konusunda oluşacak farkındalıkla kamu ve özel sektörün konu ile ilgili bilgi sahibi olması sağlanacaktır. Bu yaklaşımla proje ülkemizde Maliye Bakanlığı, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ve Kalkınma Bakanlığının ortaya koyduğu eylem planlarına da büyük katkı sağlayacaktır. Kurulacak sistemin tüketime katkısı şöyle hesaplanmıştır.

- $\frac{248419(\text{Tahmini üretim miktarı})}{684650,776 (2016 \text{ yılı tüketim miktarı})} = 0,36$
 $\frac{89430,84(\text{Tahmini üretim miktarının TL değeri})}{247992,50 (2016 \text{ yılı ödenen elektrik faturası toplamı})} = 0,36$

SONUÇ

Doğayı korumadan sürdürülebilir bir turizmden bahsedemeyiz. Günümüzde artık işletmeler çevresel duyarlılığı ön planda tutan çalışmalar yapmak zorundadır. Devlet baskısı, rekabet baskısı ve yeşil pazarlama uygulamalarının karlılığı arttırıp maliyetleri düşürmesi gibi etmenler nedeniyle turizm işletmelerinin, yeşil turizmin birer savunucusu ve uygulayıcısı durumuna gelmeye başladıkları söylenebilir. Uluslar arası anlamda yeşil pazarlama anlayışına ve politikalara bakıldığında, birçok otel işletmesinin bu konuda yapmış olduğu çalışmaları görebilmekteyiz.

Bu çalışmada ise bir kamu işletmesi olan Balıkesir Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisinde son iki yılda enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı ile ilgili gerçekleştirilen çalışmalar ile ilgili veriler sunulmuştur. Araştırmada vaka yöntemiyle Eğitim ve Uygulama Tesisinde gerçekleştirilen enerji verimliliği uygulamaları incelenmiş sürdürülebilirlik uygulamaları ve elde edilen tasarruf miktarları verilmiştir.

Balıkesir Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisi yapmış olduğu çalışmalarla; çevresel duyarlılığa önem verdiğini, gelişmeleri takip ettiğini, müşterilerinin ve çalışanlarının gözünde çevresel duyarlılık konusunda olumlu bir itibara sahip olduğunu göstermektedir. Bu çalışmalar pazarlama açısından da önemli bir etki yaratmakta ve rekabet avantajı sağlamaktadır. Enerji verimliliği ve yenilenebilir enerji kullanımı noktasındaki çalışmalar, Eğitim ve Uygulama Tesisinin kurumsal imajına güç katmakta ve tüketicilerin algısındaki tercih edilebilirliği daha da artmaktadır. Tesiste uygulanan yeşil pazarlama, hem maliyetlerinin azalmasına ve dolayısıyla

daha fazla kar elde etmesine, hem de turizmin en önemli kaynağı olarak görülen çevreyi korumaya, onu sürdürülebilir kılmaya yönelik önemli adımlardır.

Balıkesir Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisinde gerçekleştirilen enerji tasarrufu tedbirleri ile birlikte kalorifer yakıtı giderleri çalışmaların başladığı 2015 yılından 2017 yılına % 90 oranında azalmıştır. 2016 yılından itibaren ısınmada fuel-oil yerine elektrik enerjisine dönülmüş ve bu sayede %60 tasarruf elde edilmiştir. 2013-2014 ve 2015 yıllarında ortalama enerji gideri 297.000 TL olarak gerçekleşirken bu rakam 2016 yılında 177.023 TL olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılında otel gelirlerindeki artış %97 olarak gerçekleşmiştir.

Elde edilen sonuçlar ışığında Balıkesir Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu Eğitim ve Uygulama Tesisi gerçekleştirdiği enerji verimliliği çalışmaları sonucunda tesiste kullanılan elektrik ve fosil yakıt kullanım miktarlarını azaltarak tesisin sürdürülebilirliğini sağlamıştır. Bu sayede çevresel kirlenmeyi en aza indirmiş, elektrik enerjisine giden gelirlerin kurumun diğer gelişim alanlarına yönelmesi ile kaynak sağlamış ve kurumsal rekabetin güçlenmesine bölgede daha nitelikli hizmetlerin sunulmasına katkı sağlamıştır. Çevreci bir bakış açısı ile daha az elektrik ve fosil yakıt kullanarak çevreye CO₂ salınımının azalmasına tesis olarak katkı sağlamıştır. Ayrıca hazırlanan GES projesi ile çevresel sürdürülebilirliği oldukça yüksek olan önemli bir doğal kaynaktan yararlanılmış olacaktır. Üretilen elektrik enerjisinin işletmenin enerji maliyetlerinin azaltılmasına katkı sağlayacak, azalan enerji giderleri ile işletmenin kaliteli hizmet üretebilme kabiliyeti artacak, değişen teknolojik altyapıya hızla ayak uydurabilmesi sağlanacaktır. Turizm sektöründe gerçekleşen yeniliklere cevap verebilme, yatırım kararlarının alınabilmesinde kolaylık sağlama, bölge turizminde profesyonel hizmet anlayışıyla maliyet liderliği yapabilme gibi çıktılarında hedeflendiği proje ile bölgedeki bir çok işletmenin örnek aldığı bir kamu kurumu olacaktır. Turizm sektöründeki özel teşebbüslerin de yararlandığı ve örnek alacağı bir işletme olmak amacıyla projenin gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir.

KAYNAKÇA

- Atay L. & Dilek, S. E. (2013). Konaklama işletmelerinde yeşil pazarlama uygulamaları: Ibis Otel örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(1).
- Beyhan, Ş. G., & Ünügör, S. M. (2010). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli. *İTÜDERGİSİ/a*, 4(2).
- Güneş, G. (2011). Konaklama Sektöründe Çevre Dostu Yönetimin Önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 13 (20): 45-51.
- Kuo, N. W., & Chen, P. H. (2009). Quantifying energy use, carbon dioxide emission, and other environmental loads from island tourism based on a life cycle assessment approach. *Journal of cleaner production*, 17(15), 1324-1330
- Seyhan, G. & Yılmaz, B. S. (2010). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama: Calısta Luxury Resort Hotel. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(1).
- Sezgin, M., & Karaman, A. (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetim ve Pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 429-438.

MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ BAKIMINDAN YÖRESEL YİYECEKLERİN MENÜLERDE YER ALMA DÜZEYİ: TARAKLI ÖLÇEĞİNDE BİR ARAŞTIRMA

Arş. Gör. Nihan AKDEMİR
Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü
nihan.kinali@atauni.edu.tr

Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK
Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü
gokalpns@atauni.edu.tr

Özet

Taraklı 2011 yılında Türkiye’deki Cittaslow şehirlerinden biri olarak uluslararası ağa dahil edilmiş, ayrıca sürdürülebilirlikle ilgili bir proje olan Avrupa’nın Seçkin Destinasyonları (EDEN) arasında 2013 yılında “erişilebilir turizm destinasyonu” seçilmiştir. Bu durum bölgenin sürdürülebilir turizmi bakımından önem arz ettiğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada, Taraklı’nın mutfak kültürünün sürdürülebilirliği bakımından bölgeye özgü yiyecek içecek envanterinin çıkarılması ve yöresel yiyeceklerin yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde ne ölçüde yer aldığı ortaya konulması amaçlanmıştır. Çalışmanın örneklemini, Marmara Bölgesi’nin güneydoğusunda yer alan, Sakarya iline bağlı Taraklı ilçesindeki yiyecek içecek işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışmada yöresel yiyeceklerin envanteri için yerel halktan konu ile bilgisi olan birkaç kişi ile görüşülmüş ve yiyecek içecek işletmelerinin menüleri içerik analizi yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre Taraklı’ya özgü yöresel yiyeceklerin Taraklı Merkez’deki yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer aldığı ve özellikle “Keşkek”in ön planda olduğu ortaya çıkarılmıştır. Araştırmanın bulguları doğrultusunda; turizm planlayıcılarına ve yiyecek içecek işletmelerine bir takım önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yöresel Yiyecekler, Mutfak Kültürü, Sürdürülebilirlik, Taraklı.

LEVELING TAKING PART IN MENUS OF LOCAL FOODS IN POINT OF SUSTAINABILITY OF CULINARY CULTURE: A RESEARCH ON THE TARAKLI MEASUREMENT

Abstract

Taraklı was included in the international network as one of the cities of Cittaslow in Turkey in 2011 and was selected as an "accessible tourism destination" in 2013 among the European Distinguished Destinations (EDEN), a project on sustainability. This situation suggest that the region is important for sustainable tourism.

In this study, it is aimed to show how Taraklı is able to extract the region-specific food and beverage inventory in terms of sustainability of culinary culture and to determine the extent to which local foods are included in the menu of food and beverage companies. The sample of the study is the food and beverage business in the Taraklı district of Sakarya province, located in the southeast of the Marmara Region. For the inventory of local foods, the study was interviewed with a few people who had knowledge and knowledge on local issues, and a menus content analysis of food and beverage companies was conducted. According to the results of the research, local foods specific to Taraklı were found to be in the menu of food and beverage companies in Taraklı Center and it was found out that "Keşkek" was the front line. In the direction of the findings of the research; a number of suggestions have been made to tourism planners and food and beverage companies.

Key Words: Local Cuisine, Culinary Culture, Sustainability, Taraklı.

1. GİRİŞ

Günümüzde destinasyonların turistik ürün çeşitlendirmesine dönük yaptıkları çalışmalarda mutfak içerikli seyahat tarzı ön plana çıkmaktadır. Bu durum, destinasyonların hem turizm gelirlerini artırmada hem de sürdürülebilirliklerini sağlamada bir avantaj olarak görülmektedir.

1970'lerden 1980'lere kadar, gastronomi turizmi muhtemelen Fransa'nın üç yıldızlı restoranlarında yemek yeme anlamına gelmekteydi ancak günümüzde kendi kimliğini güçlü bir şekilde hissettiren insanlar ve yerlerle ilişki olarak, başka bir kültüre katılımı deneyimleme ve kültür turizminin bir alt grubu olarak kabul edilmektedir (Kanada Turizm Komisyonu, 2002'den Akt: Santich, 2004). Aslında geçmişten günümüze kadar kültür turizmi içerisinde yer alan mutfak turizmi teriminin tanımlanmasının tarihine bakıldığında çok uzun zamanı göstermediği görülmektedir. Lucy Long 1998 yılında ilk defa Bowling Green Üniversitesi'nden "culinary tourism" terimini kullanmış ardından 2003 yılında, bir grup endüstriden de aldığı destek ve görüşler ile Eric Wolf, Uluslararası Mutfak Turizmi Birliği'ni (International Culinary Tourism Association- ICTA) kurmuştur. Erik Wolf, "Culinary Tourism White Paper"ı 2001 yılında yayınlamak, mutfak turizmi endüstrisinin gelişimini başlatmıştır.

Mutfak turizminin kökleri, tarım, kültür ve turizmden gelmekte olup (Bessiere, 1998; Hjalager ve Corigliano, 2000) kültür turizminin bir alt grubudur (Green ve Dougherty, 2008, s.150). Kanada Turizm Komisyonu tarafından yayınlanan strateji belgesine göre; 'Mutfak ve gastronomi, kültür turizmi deneyimine katkıda bulunan unsurlardır'. Kültür turizmi içinde, ev kültürü ve çevresi ile farklı olan bir kültür ve çevreye 'katılım' ve 'ilişkili olmak' vurgusu yaparken gastronomi turizmi, yerli şarap imalathaneleri ve yiyecek üreticilerini ziyaret, üzüm hasatına yardım, geleneksel gastronomi bayramları ve kutlamalarını deneyimleme gibi yaşamakta olan bir yemek okulu biçimini alabilir (Santich, 2004, s.20). Yiyecek, fiziksel bir zorunluluk dışında destinasyonun kültürünün anlaşılmasını sağlayarak (Presenza ve Iocca, 2012, s.70), gelenek ve göreneklerin birer ürünü olarak ait oldukları destinasyonları özgün kılar ve taklit edilmeleri güç olduğu için özgü bulunduğu bölge ile anılarak bölgenin tanıtımını da katkı sağlar (Çapar ve Yenipınar, 2016, s.110). Bunun en güzel örnekleri İtalya, İspanya ve Fransa gibi Akdeniz ülkelerinin turistik imajlarını mutfak turizmi faaliyetleri ile arttırmalarıdır.

Mutfak turizmi, eşsiz ve unutulmaz yeme-içme tecrübesi yaşatan aynı zamanda turist deneyimi ile yerel gıda sistemlerini birbirine bağlayan bir aracı olarak tanımlanmaktadır. Mutfak deneyimi turiste; yeni yiyecekler tadımlayarak macera yaşatır, destinasyonun mirasını tanıtarak kültürünü hissettirir, bahçeciliği ve eko-turizmi öne çıkartırken diğer taraftan da destinasyonun özellikle yiyecek ile ilişkili fabrikalarının gezilmesiyle spor olanağı sağlamaktadır (Harvey, 2012).

Marzella (2008) çalışmasında turistlerin %70'inin, kendi yaşadıkları yerlere geri dönerken destinasyona ait yöresel/bölgesel yiyecekleri ve şarapları, aile ve arkadaşlarıyla paylaşmak üzere yanlarında götürdüğünü vurgulanmaktadır. Amerika Seyahat Endüstrisi Birliği tarafından yayınlanan "Profile of Culinary Travelers" (2006)'da, mutfak gezginlerinin %85'inin destinasyonlarda farklı yerel kültür ve mutfak kültürü hakkında bilgi edinmekten hoşlandığı ve yine bu turistlerin %66'sının seyahatlerinin her zaman tecrübeye (mutfak kültürünü tadabilmek gibi) dayalı olmasını istedikleri belirtilmektedir. Aynı çalışmada, genel turiste kıyasla yiyecek turistlerinin iki katı harcama yaptığı, yiyecek ve şarabın turistik deneyim bileşenlerinde en önemli seyahat motivasyonu olduğu ortaya çıkmıştır. Uluslararası Mutfak Turizm Birliği, mutfak turizmine katılan turistlerin demografik özellikler bakımından 30-50 yaş arası, genellikle eğitilmiş ve iyi düzeyde gelire sahip kişilerden oluştuğunu ve bu durumda kültür turisti ile yakından ilişki olduğunu belirtmektedir (Onecaribbean, s.19).

Yöresel yiyeceklerin turistik ürün çeşitlendirmesinde önemli bir unsur oluşturacağı yapılan araştırmalarda ön plana çıkmaktadır. Kültür turisti ile yakından ilişkili olan mutfak turizmi göz önüne alınarak yöresel lezzetlere ulaşmayı hedefleyen gastronomi turları, farklı kültür ve lezzet arayanlar için cazip bir turizm alternatifi olarak geliştirilebilir. Yöresel mutfak kültürünün pazarlanması dolayısıyla gastronomi turizmi potansiyelinin artması da söz konusu olacaktır. Bu bağlamda yöresel yiyeceklerin yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde ne oranda var olduğunun bilinmesi önemlidir. Bu çalışmada turistik bir destinasyon olan Taraklı'nın yöresel yiyecek envanteri çıkarılmış ve Taraklı Merkez'deki yiyecek içecek işletmelerinde yöresel yiyeceklerin sunulup sunulmadığı çalışılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

“Mutfak kültürü”, beslenmeyi sağlayan yemek ve yiyecek-içecek türlerinin; üretimi, pişirilmesi, saklanması ve tüketilmesi sürecindeki mekân ve araç gereçleri, aynı zamanda yeme-içme geleneği doğrultusunda, gelişen inanış ve uygulamalardan oluşan bütünsel ve kendine özgü bir yapı olmaktadır (Aktaş, 2009). Her milletin kendine özgü, ülkenin yapısı ve alışkanlıklarına göre oluşan bir mutfacı vardır. Mutfak kültürü, yörede yaşayan insanların beslenmesini sağlayan yiyecek ve içeceklerin hazırlanması, pişirilmesi ve korunması işlemlerinin nasıl olduğunu kapsayan; bu işlemler için gerekli araç-gereç ve teknikler ile yemek yeme adabı ve mutfak çevresinde gelişen tüm uygulamalar ve inanışlar olarak ortaya çıkmaktadır (Kesici, 2012, s.34).

Yöresel yiyeceklerin kullanımı belirli bölgelerde doğrudan ya da dolaylı olarak sürdürülebilirliğe de katkı da bulunabilmektedir. Yöresel yiyecekler destinasyonların; cazibe geliştirmesinde, kimliğin markalaşmasında, geleneklerinin (otantik kullanım) ve tarımsal faaliyetlerinin devamlılığında, iş olanağı yaratması, girişimciliği ön plana çıkarması ve bunlarla birlikte halk için gurur kaynağı olması bakımından sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır (DuRand, Heath ve Alberts, 2003).

Yöresel mutfaca talebin artmasıyla beraber yerel tarımın ve hayvancılığın gelişmesine de fırsat sunacaktır. Tüm bunların ötesinde yöresel yiyecekler içinde oluştukları kültürün kimliğini yansıttığından aynı yiyeceklerin başka yerlerde tadılması mümkün olamamaktadır. Bu durum insanların destinasyona olan sadakatini de etkilemektedir (Çapar ve Yenipınar, 2016).

Literatür taraması sonucunda oluşturulan “Mutfak Turizmi” ile ilgili daha önce yapılan çalışmalar aşağıdaki Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Değerlendirilen Çalışmalar ve Bulguları

Yazar	Yıl	Konu	Bulgular
Kivela ve Crotts	2006	Turizm ve Gastronomi: Bir Destinasyonda Gastronomi’nin Turistlerin Deneyimine Nasıl Etki Ettiği	1200 turistin katılımı ile gerçekleşen araştırmada, Hong Kong’u ziyaret eden turistlerin destinasyon seçimlerinde gastronominin önemli olduğunu ve artış gösterdiğini, ayrıca destinasyonu yeniden ziyaret etme arzularında gastronomi ile ilgili yemeklerin lezzetli olması, temizlik, ürün çeşitliliğini gibi konuların öncelikli olduğunu üzerinde durulmuştur.
Tekin ve Ardahan	2006	Bireylerin Tatile Çıkma Sebepleri, Türkiye’nin ve Tatil Yapılan Yörelere Tatil Destinasyonu Olarak Tercih Edilme Nedenleri	Araştırmada, yurt dışından gelen Türklerin, destinasyon seçme nedenleri arasında Türk Mutfacını tanıma isteğinin 17 ifadeden 9. sırada yer aldığını belirtilmiştir.
Okumuş, Okumuş ve McKercher	2007	Turizm Destinasyonlarının Pazarlanmasında Yerel ve Uluslararası Mutfakların Birleşimi: Hong Kong ve Türkiye Örnekleri	Araştırmada, Hong Kong ve Türkiye’nin destinasyon pazarlamalarında yerel ve uluslararası mutfakları, broşür ve web sitelerinde kullandıklarını; ek olarak Türkiye’nin kendi ulusal mutfacını teşvik etmeye çalışırken, Hong Kong’un yerel mutfacının yanı sıra uluslararası mutfakları da sunduğu bulunmuştur. İki ülke karşılaştırıldığında Hong Kong’un mutfakla ilgili daha fazla mesaj verdiği üzerinde durulmuştur.
Albayrak	2013	Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfacına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma	Araştırmada, farklı milletlerden katılımcıların Türkiye’yi seçme nedenleri arasında Türk mutfacının dördüncü sırada olduğunu ortaya çıkarılmıştır.

Bezirgan ve Koç	2014	Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği	Araştırma, Ayvalık ilçesi Cunda (Alibey) adasında yer alan restoran ve balık lokantalarında yiyecek-içecek tüketen yerli turistlere yapılmıştır. Hem yerel mutfak özelliklerini belirlemeye yönelik hem de katılımcıların destinasyona yönelik aidiyet duygusunu ölçmek için anket uygulanmıştır. Bulgular doğrultusunda, destinasyonda sunulan yiyecek ve içeceklerin destinasyona yönelik aidiyet oluşumu üzerinde çeşitli etkilere sahip olduğu tespit edilmiştir.
Şengül ve Türkay	2016	Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği)	Mudurnu'yu ziyaret eden 257 turist ile gerçekleştirilen anket çalışmasında; yöresel mutfak ürünlerinin, bölgenin kültürel öğeleri arasında yer aldığı tespit edilmiştir. Araştırma da yöresel mutfak ürünleri bölgenin markalaşması için önemli bir unsurdur, yöresel mutfak ürünleri toplumları ve bölgeleri tanıyabilmek için bir araçtır, ziyaret ettiğim yerlerde yöresel yemekleri tercih ederim ifadeleri öne çıkmıştır. Ayrıca, Mudurnu'nun cazibe unsurlarını oluşturan bazı ifadeler ile yöresel mutfak arasında negatif ilişki gösterdiği bulunmuştur.

Yerel mutfaklar, bir destinasyonun sahip olduğu öz kültürü temsil eder ve tüketimi doğrultusunda turistler gerçekten otantik bir kültürel deneyim kazanabilirler. Ayrıca, yiyecek göçmen popülasyonlar arasında özgünlüğünü koruyan somut olmayan mirasın az sayıdaki unsurlarından biridir (Okumuş ve vd, 2007). Somut olmayan kültürel miras kaynaklarından biri olan yöresel yemeklerin turizm sektörüne kazandırılmasıyla fiziksel olarak devamlılıklarının sağlanması da mümkün olacaktır. Türkiye adına UNESCO İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesi'nde 3 adet yöresel yiyecek yer almaktadır. Bunlar; 2011 yılında "Geleneksel Tören Keşkeği" (Ceremonial Keşkek Tradition), 2012 yılında "Mesir Macunu Festivali" (Mesir Macunu Festival) ve 2013 yılında listeye giren "Türk Kahvesi ve Gelenegi" (Turkish coffee culture and tradition) ürünleridir. Bu ürünlere ilaveten 2016 yılında "İnce Ekmek Yapma ve Paylaşma Kültürü: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka", (Flatbread making and sharing culture: Lavash, Katyrma, Jupka, Yufka) ürünü aynı listeye Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye adına çokuluslu olarak kaydedilmiştir. Türkiye'de mutfak kültürü ile ilgili sergilemelerin yapıldığı müzeler arasında; Ankara Somut Olmayan Kültürel Miras Müzesi, Ekmek Müzesi (Ankara), Gaziantep Emine Gögüş Mutfak Müzesi, Şanlıurfa Geleneksel Mutfak Müzesi ve Yaşayan Müze (Beypazarı/Ankara) bulunmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı).

2.1. Taraklı ve Yöresel Yiyecekleri

Taraklı, Marmara bölgesinin güneydoğusunda, Sakarya ili sınırları içerisinde yer alan bir ilçedir. İlçenin, %20'si tarım alanı, %60'ı orman ve fundalık alan, %10'u çayır ve mera alanı, %10'u tarım dışı alan olmak üzere toplam yüzölçümü 334 km²'dir. Başkent Ankara'ya 270 km, Adapazarı'na (Sakarya Merkez) 73 km uzaklıktadır (Taraklı Belediyesi).

Taraklı birçok tarihi değere sahip bir destinasyondur. Yerel yönetim tarihi yapının korunması ve geliştirilmesine büyük önem vermektedir. 94 adet tescilli sivil mimarlık örneği bina ve 8 adet doğal kültür varlığı bulunan Taraklı'da 1992 yılından itibaren Koruma Amaçlı İmar Planı kapsamında çalışmalar yürütülmekte ve tarihi dokunun korunmasına özen gösterilmektedir (EDEN, 2013). Osmanlı ahşap mimarisinin en güzel örneklerini barındıran Taraklı, huzur veren tarihi yapısı kültür turizminin gözde destinasyonları arasında yer almaktadır. Yörenin en önemli simgelerinden biri olan ve Kültür Bakanlığınca "doğal anıt" olarak tescillenen yaklaşık beş asırlık tarihi çınar ağacı Yusufbey mahallesinde bulunmaktadır. Ayrıca, ilçenin kültürel miraslarından biri olan Yavuz Sultan Selim'in Veziri Yunus Paşa tarafından Mısır seferine giderken yaptırılan Yunus Paşa Camii Sakarya ilindeki en eski tarihi eserdir. İlçede aynı zamanda; termal turizm, yayla turizmi, mağara turizmi, yamaç paraşütü

olanakları da mevcuttur. Yunus Paşa çarşısı civarındaki dükkânlarda Taraklı bezleri ve tahta kaşık, şimşir tarak gibi geleneksel ürünler bulunmaktadır (Cittaslow Türkiye).

Yöre halkının geçim kaynağının başında tarım, hayvancılık ve meyvecilik gelmektedir. Üretilen tarla bitkileri arasında buğday, arpa, yulaf, ayçiçeği, mısır, nohut vardır. Son yıllarda enginar üreticiliği yaygınlaşmaktadır. Yörede endemik olarak yetişen erik halk arasında Taraklı Eriği olarak bilinir (Sakarya Rehber, 2013). Taraklının dikkat çeken ürünleri; ceviz, salatalık, domates, çilek, kiraz ve vişnedir. Özel günlerde (bayram, düğün vs.) yapılan yöresel keşkek ve nohutlu et, nohutlu pilav, irmik helvası hem şenliklerde hem de yöredeki lokanta ve aile restoranlarının menülerinde yer almaktadır. Bu lokanta ve restoranlarda nohutlu mantı gibi Anadolu yemekleri de mevcuttur. Yöreye özgü yiyeceklerden biri olan ve burayı ziyaret edenlerin de dikkatini çeken “Köpük Helvası” çögen kökü, yumurta, şeker ve glikozla yapılıp içine tahin katılarak yenilen bir tatlıdır. Ayrıca çok uzaklardan gelip, Taraklılarca tanıtılmış bir tatlı olan “Uhut”, şeker katılmadan sadece buğdaydan yapılan yöreye özgü bir tatlıdır (Taraklı Belediyesi). Bölgede yöresel yiyeceklere özgü şenlikte yapılmaktadır. Taraklı Hıdırlık Tepesi’nde Haziran ayının ilk cuma ve pazar günleri arasında yapılan Geleneksel Hıdırlık Doğa Kültür ve Turizm Şenliği’nde; nohutlu pilav, nohutlu et ve irmik tatlısı tadılabilmektedir. Yöre halkı arasında şenliğin adı “Hıdırlık Pilav Günü” olarak da geçmektedir. Yörede bazı kesimlerde nohutlu pilav lavaş arasına sarılarak da yenmektedir.

Taraklı’ya özgü satışı yapılan organik ürünler: *uhut tatlısı (buğday çimi marmelatı), taraklı tarhanası, enginar suyu, kızılıcak marmelatı, kuşburnu marmelatı, erişte, alıç sirkesi, elma sirkesi ve bal*’dır. Taraklı’ya özgü bu organik ürünler geleneksel yöntemleri korunarak (lezzetli/doğal) kendi fideleriyle yetiştiren köylüden, çiftçiden tedarik edilerek hazırlanmakta ve hem yörede pazarlarda hem de internette satılmaktadır. Yöreye çekim unsuru oluşturan Taraklı halkının misafirperver, güler yüzlü, doğal ve hoşgörülü olması dolayısıyla, yerli ve yabancı turistlere yöresel ürünlerin pazarlanma ve satışının yapılmaktadır. Özellikle yöredeki kadınların yaptığı yiyecekler ziyaretçilerin ilgisini çektiğinden dolayı hem destinasyonda ürünü deneyimle hem de evlerine geri dönerken yanlarına ürünlerden satın almaları kırsal ekonomiye de katkı sağlamaktadır. Bu sayede kadınlarında girişimci olarak yer aldığı yöre ekonomisi de canlanmaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada, Taraklı’nın mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından bölgeye özgü yiyecek içecek envanterinin çıkarılması amaçlanmıştır. Bu amaçla yöresel mutfak ürünlerinin yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde ne ölçüde yer aldığını belirlemek için menülerin içerikleri ortaya konulmuştur. Yapılan yerli ve yabancı literatür taramasında yöresel mutfak kültürünün destinasyonun sürdürülebilirliği açısından önem arz ettiği tespit edilmiş bu da çalışılmak istenen konunun önemini ortaya koymuştur. Taraklı’nın 2011 yılında Türkiye’deki Cittaslow (Slow city) şehirlerinden biri olarak uluslararası ağa girmiş olması ve sürdürülebilirlikle ilgili bir proje olan Avrupa’nın Seçkin Destinasyonları (EDEN) arasında 2013 yılında “erişilebilir turizm destinasyonu” seçilmiş olması araştırma önemini artırmaktadır. Bu doğrultuda Taraklı merkezde faaliyet gösteren belediye belgeli 4 adet lokanta, butik (konaklarda) konaklama işletmesi içerisinde yer alan 3 adet restoran ve köfte-ekmek büfelerinden ulaşabildiğimiz 8 yiyecek-içecek işletmesi araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Ayrıca, yöresel yiyeceklerin neler olduğu ve nasıl yapıldığı ile ilgili yerel halktan konu hakkında bilgisi olan kişilerle, ortalama 10-15 dakika süren, görüşmeler yapılmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Taraklı konumu ve coğrafi özellikleri bakımından önemli bir yöredir. Çeşitli kültürlerden yiyeceklere sahip olan yörenin mutfak kültürünün zenginliği çalışmanın bu yörede gerçekleşmesinin önemini ortaya koymaktadır. Taraklı’nın mutfak kültürü ile ilgili yazılı kaynakların incelenmesi ve yöredeki yerel halk ile yapılan görüşmeler doğrultusunda yöreye özgü yöresel yiyecekler için oluşturulan envanter aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 2: Taraklı'ya Özgü Yöresel Yiyecekler

Tarhana (Çorba),
Erişte,
Keşkek,
Uhut Tatlısı,
Yaprak Sarma,
Enginar,
Etlı Nohut,
Köpük Helvası.

Araştırmanın bulguları yukarıda Tablo 2'de yer alan yöresel yiyeceklerin veri oluşturması doğrultusunda merkez yiyecek içecek işletmelerinde (lokanta ve restoran (butik konaklardakilerde dahil) vb.) ne oranda yer aldığı ve bunların hangi yöresel yiyecekler olduğu ortaya konulmaktadır. Bu doğrultuda yiyecek içecek işletmelerinin menülerindeki yiyecek ve tatlı kalemleri için içerik analizi yapılmış, içecek kalemi analize dahil edilmemiştir.

Tablo 3: Taraklı Merkez'deki Yiyecek İçecek İşletmelerin Menü İçerikleri ve Yöreye Özgü Yiyeceklerin Menüdeki Oranları

Yiyecek İçecek İşletmeleri	Menüdeki Yöreye Özgü Yiyecekler	Menüdeki Toplam Yiyeceklerin Sayısı	Oran	Menüde Yer Alan Yöresel Yemekler
İşletme 1	6	15	0,40	Etlı Nohut / Keşli- Cevizli Erişte / Keşkek / Yaprak Sarma / Tarhana / Köpük Helvası
İşletme 2	3	14	0,21	Yöresel Keşkek / Yaprak Sarma / Tarhana (Yöresel Çorba)
İşletme 3	3	13	0,23	Tarhana Çorbası / Keşkek / Katıklı- Cevizli Erişte
İşletme 4	4	25	0,16	Keşkek / Erişte / Enginar / Yaprak Sarma
İşletme 5	1	6	0,17	Keşkek
İşletme 6	2	17	0,12	Keşkek / Nohutlu et
İşletme 7	4	38	0,11	Çorba (Tarhana) / Erişte makarna / Keşkek / Etlı nohut
İşletme 8	0	21	0	-

Yöresel yiyeceklerin, yiyecek içecek işletmelerinin çoğunun menüsünde yer aldığı sadece bir işletmede bölgeye özgü hiçbir yiyeceğin yer almadığı ve 1 nolu işletmenin yöresel yiyecek oranının %40 ile en yüksek olduğu yukarıdaki tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3'te yer alan yiyecek içecek işletmelerin menülerinde Taraklı'ya özgü yöresel yiyeceklerden; keşkek (tavuk etli), etli nohut, erişte (keşli ve cevizli), tarhana, yaprak sarma, köpük helvası ve enginarın yer aldığı tespit edilmiştir. Taraklıya özgü hangi yiyeceğin en fazla menüde olduğuna bakıldığında ise "keşkek"ın 8 yiyecek içecek işletmesinden 7'sinin menüsünde yer aldığı gözlemlenmiştir.

Ayrıca menülerin içerik analizinde; Tablo 3’te yer alan ve yöresel yiyeceklere yer vermeyen işletme 8’in ızgara çeşitlerini sunan bir yiyecek içecek işletmesi olduğu, bunun haricinde sadece bir işletmede fast food olarak pizzanın menü kaleminde yer aldığı ve menüde yer alan diğer yiyeceklerin Türk mutfağına özgü yiyeceklerden oluştuğu tespit edilmiştir. Örneğin; mantı, gözleme, kuru fasulye, sac kavurma, irmik helvası, kabak tatlısı, tavuk şiş ve köfte, menülerde en çok rastlanan yiyecekler arasında yer aldığını söylemek mümkündür. Uhut tatlısının daha çok yöresel ürün satan tezgahlarda yer aldığını, yiyecek içecek işletmelerinde tatlı olarak helva (un ve irmik) sunulduğu belirtilmiştir. Buna ilaveten işletmelerin menülerinde Türk mutfağına özgü komposto ve hoşafın olduğu özellikle meyvelerin şekersiz öz sularının; karadut suyu, vişne suyu, erik suyu gibi içeceklerin sunulduğu gözlemlenmiştir.

Taraklı merkezdeki yiyecek içecek işletmelerinin fast food’dan ziyade yöreye özgü yiyecekleri menülerine koymaları yörenin mutfak kültürünün sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. Ayrıca yöresel yiyeceklerin yiyecek içecek işletmelerinin menüsünde yer alması, destinasyonun turistik talebini mutfak turizmi doğrultusunda şekillendirmek, gelen turiste kültürü en iyi şekilde hissettirebilmek, başkalarına önermesini ve tekrar ziyaret etmesini sağlamak için etkili olacağı düşünülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yöresel mutfaklar bulunduğu bölgenin kültürünü en belirgin yansıtan öğelerdir. Bu gerçek doğrultusunda ve kültürün turizm unsuru oluşturduğu göz önüne alındığında yöresel mutfak turistik ürün çeşitlendirmesinde ön plana çıkmaktadır. Bu sayede mutfak turizmi kültürel bir deneyim içererek yılın 12 ayı turistik çekim unsuru oluşturmakta ve destinasyonun tanıtımında önem arz etmektedir. Destinasyona gelen turistlerin mutfak turizmi sayesinde yiyecekleri yapan artisan (usta) kişileri görmeleri ve yörenin kültürünü içselleştirmelerinde etkili olacağı da öngörülmektedir.

Yiyecek-içecek sektörü ile turizm arasında çift yönlü bir ilişki olduğunu söylemek mümkün olacaktır. Bunlardan ilki yöresel yemeklerin bir turizm ürünü olarak kabul edilmesidir. İkincisi ise bölgeye gelen turistler sayesinde turistlerin evlerine döndüklerinde yerel yiyeceklerin ihracatı ile ilgili girişimlerde bulunmasıdır (Yüncü, 2010).Yöresel yiyeceklerin bölgedeki yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alması hem turiste bölge kültürünün deneyimini yaşatacak olması hem de turistik talebi arttıracığı söylenebilir. Bu sayede unutulmaya yüz tutmuş yiyeceklerin menülerde yer alırken nesilden nesile aktarılacak mutfak kültürünün de sürdürülebilirliği sağlanmış olacaktır. Bu sebeple yöresel yiyeceklerin turizme kazandırılarak yiyecek içecek işletmelerinin menülerinde yer alması ile;

- Yöre turizminin sürdürülebilirliğine olumlu katkıda bulunabileceğini,
- Yöredeki tarımsal faaliyetlerin artışı sağlayabileceğini,
- Bölgenin gurur ve gelir kaynağı olan kültürel değerlerin korunması konusunda yerel halkın bilinçlenmesine katkı sağlayabileceğini,
- Unutulmaya yüz tutmuş yiyeceklerin ön plana çıkmasında faydalı olabileceğini,
- Nesilden nesile aktarılacak mutfak kültürünün yaşatılmasında yararlı olabileceğini,
- Yerel halka, özellikle kadınlara ve engellilere, iş imkânı sağlayabileceğini,
- Bölgesel hasılayı artırabileceğini,
- Yerel kalkınmayı hızlandırabileceğini,
- Yörenin imajına ve tanıtımına olumlu katkı sağlayabileceğini,
- İlçe turizminin on iki aya yayılmasına katkı sağlayabileceğini söylemek mümkündür.

Araştırmadan elde edilen veriler doğrultusunda, Taraklı merkezdeki yiyecek-içecek işletmelerinin menülerinde yöresel yiyeceklere yer verildiği, özellikle “keşkek”in çoğu menüde olduğu ve bu yönde bir talebin oluştuğu söylenebilir.

Sonuç olarak, kendine özgü bir mutfak kültürüne sahip olan Taraklı’nın, mutfak turizmi potansiyelinin gün geçtikçe farkına varıldığı ve bu yönde olumlu girişimlerin yapıldığı gözlenmektedir. Taraklı’ya gelen turistlerin tarihi konaklarda tadabildiği ve fotoğraf çekebildiği yöresel lezzetler, destinasyonun sürdürülebilirliğini olumlu etkilemektedir. Yaşanan gelişmeler ile birlikte, Kültür ve Turizm Bakanlığı

kültürel varlıklarda yenileme çalışmalarına ağırlık vermiş ve yöreyi turistik bakımdan dikkat çeken bir destinasyon haline getirme çabasını yoğunlaştırmıştır.

Bu bağlamda aşağıdaki ifadeler öneri olarak sunulabilir:

- Yöre tanıtımı için, sponsor desteği ile, görsel, işitsel, yazılı ve sosyal medyada faaliyetler gerçekleştirilebilir. Bunun için de özellikle yörenin varlıklı insanların destekleri alınabilir.
- Yöre halkı projelerine hibe desteği sunan, Kalkınma Ajansları, KOSGEB, TKDK vb. kurumların destekleri hakkında sivil toplum örgütleri, yerel ve merkezi yönetimler tarafından bilgilendirilebilir,
- Halk Eğitim Merkezinde sürdürülebilir turizm ve Taraklı mutfağı konusunda farklılaştırılmış eğitimler verilebilir.
- Sivil toplum örgütleri bir araya getirilerek baskı grubu oluşturmak suretiyle merkezi yönetimden alınan destekler artırılabilir,
- Yılda en az iki kez yöresel mutfak ve sürdürülebilir turizm konularında ilçede panel, sempozyum, çalıştay vb. aktiviteler düzenlenebilir,
- Yörede işletmecilik yapan kişi ve kurum temsilcileri diğer “sakin şehirler” ile ortaklaşa projeler yürütebilirler (örneğin “Türkiye Sakin Şehirler Turu” gibi),
- Yörede konuyla ilgili kişilerin katılacağı Fransa ve İtalya gibi mutfak kültürü ile öne çıkmış ve bunu satmayı başarmış ülkelere geziler düzenlenebilir.

Bu çalışma, Taraklı ilçesindeki mevcut durumu ortaya koyarak, sürdürülebilir turizmi gerçekleştirme amacıyla olan yöre halkının, politika yapımcıların ve araştırmacıların mutfak kültürü konusuna ilgilerini çekerek, konuyu gündemlerine almalarını sağlamaya yöneliktir. Taraklı'nın sahip olduğu kültürel varlıklar değerlendirildiğinde, çok daha kapsamlı çalışmaların yapılması gerekliliğini de ortaya çıkarmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aktaş, A. (2009). *Sakarya'nın Yemek Kültürü*, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Albayrak, A. (2013). Farklı Milletlerden Turistlerin Türk Mutfağına İlişkin Görüşlerinin Saptanması Üzerine Bir Çalışma, *Journal of Yasar University*, 30(8), 5049-5063.
- Bessiere, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas, *Sociologia Ruralis*, 38 (1), 21-34.
- Bezirgan, M. ve Koç, F. (2014). Yerel mutfakların destinasyona yönelik aidiyet oluşumuna etkisi: Cunda Adası örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (34), 917-928.
- Cittaslow Türkiye, <http://cittaslowturkiye.org/cittaslow-tarakli>, Erişim Tarihi: 30 Haziran 2017.
- Çapar, G. & Yenipınar, U. (2016). Somut olmayan kültürel miras kaynağı olarak yöresel yiyeceklerin turizm endüstrisinde kullanılması, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 4/Special issue 1*, 100-115.
- DuRand, G., E., Heath, E. ve Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis, *Journal of Travel and Tourism Marketing* 14, 97-112.
- EDEN (2013). Taraklı- Winner 2013 European Destinations of Excellence, https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/turkey_en#tarakli, Erişim Tarihi: 30 Haziran 2017.
- EDEN (2013). year of 2013 “Accessible Tourism”, <http://eden.kulturturizm.gov.tr/TR,127872/sakaryatarakli.html>, Erişim Tarihi: 30 Haziran 2017.
- Green, G., P. & Dougherty, M., L. (2008). Localizing Linkages for Food and Tourism: Culinary Tourism as a Community Development Strategy, *Community Development*, 39 (3), 148-158.
- Harvey, E. (2012). *13th Annual Caribbean Conference on Sustainable Tourism Development*, www.onecaribbean.org/content/files/EHarveyCulinaryTourism.pdf, Erişim Tarihi: 12 Haziran 2017.

- Hjalager, A., M. ve Corigliano, M., A. (2000). Food for Tourists-Determinants of an Image, *International Journal of Tourism Research*, 2, 281-293.
- Kanada Turizm Komisyonu (2002). Acquiring a Taste for Cuisine Tourism: A Product Development Strategy. Canadian Tourism Commission, Ottawa.
- Kesici, M. (2012). Kırsal turizme yönelik olan yöresel talepte yiyecek ve içecek kültürünün rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kivela, J. ve Crotts, C., J. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination, *Journal of Hospitality&Tourism Research*, 30 (3), 345-377.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://aregem.kulturturizm.gov.tr/TR,50838/unesco-insanligin-somut-olmayan-kulturel-mirasinin-tems-.html>, Erişim Tarihi: 17 Haziran 2017.
- Marzella, D., A. (2008). Culinary tourism: does your destination have potential?, *Travel Marketing Decision*.
- Okumuş, B., Okumuş, F. ve McKercher, B. (2007). Incorporating local and international cuisines in the marketing of tourism destinations: The cases of Hong Kong and Turkey, *Tourism Management*, 28, 253-261.
- Prezenza, A. & Iocca, S. (2012). High cuisine restaurants: empirical evidences from a research in Italy, *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 3 (3), 69-85.
- Sakarya Rehberi (2013). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Santich, B. (2004). The study of gastronomy and its relevance to hospitality education and training, *Hospitality Management*, 23, 15-24.
- Şengül, S. ve Türkay, O. (2016). Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği), *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12 (29), 63-87.
- Taraklı Belediyesi, <http://www.tarakli.bel.tr>, Erişim Tarihi: 12 Haziran 2017.
- Tekin, M. ve Ardahan, F. (2006). Bireylerin tatile çıkma sebepleri, Türkiye'nin ve tatil yapılan yörelerin tatil destinasyonu olarak tercih edilme nedenleri, *II. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi*, 20-21 Nisan 2006, Balıkesir.
- Yüncü, H. R. (2010). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası*, İçinde S. Şengel (Editör), 10. Aybastı - Kabataş Kurultayı Yerel Değerler ve Yayla Turizmi, (ss. 27-34), Ankara: Detay Yayıncılık.
- <http://www.onecaribbean.org> Erişim Tarihi: 25 Temmuz 2017.

SEYİTGAZİ İLÇESİ PAYDAŞLARININ SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM FARKINDALIKLARI

Doç. Dr. Gökçe YÜKSEK
Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi
gozer@anadolu.edu.tr

Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER
İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi
istanbul@istanbul.edu.tr

Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER
İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi
mzdincer@istanbul.edu.tr

ÖZET

Seyitgazi Eskişehir ilinin tarihi ve kültürel bakımdan çok zengin bir ilçesidir. İlçe sahip olduğu kültürel miras ve eserler sayesinde ciddi bir turizm potansiyeline sahipse de, turizm pazarında hak ettiği yerde değildir. Özellikle ilçe sınırlarında bulunan tarihi ve kültürel eserler ve yine ilçenin hemen yakınında bulunan Frig Vadisi, Eskişehir'in ve bu bölgenin kalkınmasında büyük bir role sahip olacaktır. Zira Eskişehir şehir merkezinde tarihi eser sayısı bir kaç tane ile sınırlıdır. Bu da şehirdeki konaklama süresini olumsuz etkilemektedir. Bu çalışmanın amacı, Seyitgazi ilçesinin mevcut turizm kaynaklarını belirleyerek ve ilçe paydaşlarının sürdürülebilir turizm farkındalıklarını anlamaktır. Bu nitel çalışmada veriler, ikincil kaynaklardan ve derinlemesine görüşmeler yardımı ile elde edilmiştir. İkincil kaynaklardan Seyitgazi ilçesinin turizm kaynakları belirlenmiş ve derlenmiştir. Elde edilen veriler ışığında, Seyitgazi İlçesi'ne yönelik mevcut durum değerlendirilerek, "SWOT Analizi" yapılmıştır. Derinlemesine görüşmeler ise Seyitgazi ilçesinin paydaşları ile gerçekleştirilerek elde edilen veriler Maxqda 12 programı ile analiz edilerek değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir gelişim, turizm farkındalığı, Seyitgazi, Frig Vadisi.

AWARENESS OF SEYITGAZİ LOCAL STAKEHOLDERS ON SUSTAINABLE TOURISM

ABSTRACT

Seyitgazi is a district of Eskişehir province with very rich historical and cultural heritage. Although the district has a considerable tourism potential thanks to its cultural heritage and pieces, it is not at the place it desires. Especially The Phrygian Valley, in the district boundaries, will have a major role in the development of Eskişehir and this region. Because the number of historical monuments in the city center of Eskişehir is limited to a few. This negatively affects the length of stay in the city. Purpose of this study is to determine existing tourism resources of Seyitgazi and to understand the sustainable tourism awareness of the Seyitgazi stakeholders. In this qualitative study, data were obtained from secondary resources and with in-depth interviews. The tourism resources of the Seyitgazi district have been identified and compiled from secondary resources. In the light of the obtained data, "SWOT Analysis" was made by evaluating the existing situation of Seyitgazi District. In-depth interviews were conducted with the stakeholders of the Seyitgazi district. The obtained data were analyzed and evaluated with the Maxqda 12.

Key words: Sustainable tourism, sustainable development, tourism awareness, Seyitgazi, The Phrygian Valley.

GİRİŞ

Sürdürülebilirlik, bir toplumun, ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin işleyişini kesintiye uğramadan, bozulmadan, aşırı kullanım nedeniyle tükenmeden ya da sistemin hayati bağı olan ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi yeteneğidir. Middleton ve Hawkins (1998) ise sürdürülebilirliği "insan nüfusunun faaliyetleriyle beraber onların doğal, sosyal ve kültürel

çevreleri arasındaki uyumun mevcut olduğu bir denge” olarak ifade etmektedirler. (Demir ve Çevirgen, 2006’dan aktaran Pelit ve diğerleri, 2015: 41).

Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm gibi aşına olduğumuz kavramların günümüzde nasıl algılandığı, ilkelerinin destinasyon paydaşları tarafından bilinip bilinmediği, turizm planlarının sürdürülebilir bir yaklaşım ile gerçekleşip gerçekleşmediği maalesef destinasyonların sayısal turizm verileri ile anlaşılabilir değildir. Çok turist ya da çok fazla para harcayan turist bir destinasyonu sürdürülebilir kılmaz. Kimi turizm potansiyeline sahip bölgelerin, şehirlerin, alanların bir destinasyon olarak planlanırken önemsenmesi ve uygulanması gereken en önemli unsurun sürdürülebilirlik olduğunu söyleyebiliriz. Bir destinasyonun paydaşlarının sahip oldukları kaynakları tanımaları, onları sürdürülebilir bir şekilde nasıl turizm çekiciliğine dönüştüreceklerini bilmeleri o destinasyonun sürdürülebilirliği için büyük bir avantaj olabilir.

Sürdürülebilir turizm çevresel, sosyokültürel ve ekonomik boyutları ile anlamlıdır. Birinin sürdürülebilirliğinin sağlanması yeterli değildir. Destinasyonlar, sürdürülebilirliğin tüm boyutları düşünülerek planlanmalı, geliştirilmeli ve yönetilmelidir. Burada destinasyon paydaşlarının payı büyüktür. Paydaşların çevresel, sosyokültürel ve ekonomik boyutların tamamında sürdürülebilirliğe olan inançları, bilinçleri ve bilgileri, destinasyonların gerçek anlamda sürdürülebilirliğin sağlanmasında büyük rol taşımaktadır.

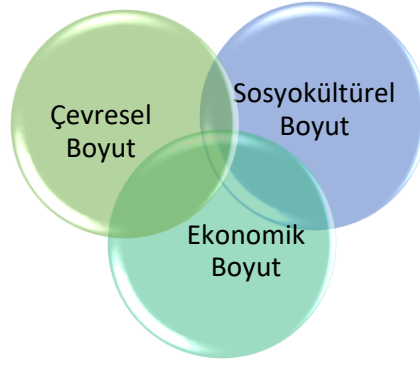
Bu çalışma, son yıllarda bir turizm destinasyonu olması için büyük çabalar gösterilen Eskişehir ili Seyitgazi ilçesinin, sürdürülebilir bir destinasyon olarak gelişiminde rol oynayacak paydaşların sürdürülebilir turizm farkındalıklarının değerlendirildiği bir çalışmadır.

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda en çok konuşulan ve gündem oluşturan bir kavram haline gelmiştir. Sürme herhangi bir olay veya olgunun kendiliğinden devam etmesi iken, sürdürme eylemi bu devamlılığın başkası tarafından yapılması anlamına gelmektedir. Herhangi bir şey sürdürülebilir ise yapısında süreklilik taşıyor demektir. Sürdürülebilirlik, belirli bir ekosistemin ya da sürekliliği olan herhangi bir sistemin, kesintisiz, bozulmadan aşırı kullanımla tüketmeden ve ana kaynaklara aşırı yüklenmeden sürdürülebilmesi yetkinliği olarak bilinmektedir (Kaypak, 2010: 98). Kavramın çıkış noktası, ekonomik ve teknolojik gelişmelere paralel bir şekilde ortaya çıkan çevre sorunlarının önüne geçebilme ve ekosistemin korunmasıdır (Arıkan ve Yüksek, 2011: 385).

Turizm sektörü birinci derecede doğal, sosyokültürel ve ekonomik kaynaklara bağlı olarak varlığını sürdüren bir sektördür. Bu nedenle, doğal kaynakların, sosyokültürel ve ekonomik alt yapının tahrip edildiği bir ortamda rasyonel bir turizm olayından söz edilemez. Bu açıdan “sürdürülebilirlik” kavramı turizm sektörü için her sektör için taşıdığından daha fazla hayati bir önem arz etmektedir (Akşit, 2007: 446).

Sürdürülebilir turizm; turizm merkezlerinin ayırt edici çekiciliklerinin korunarak geleceğe aktarılması olarak ifade edilebilir. Dünya Turizm Örgütü, sürdürülebilir turizm için üç temel ilke öngörmüştür (Şekil 1.) Bunlar; ekolojik ve biyolojik çeşitliliğin korunması, ev sahibi toplumların özgün sosyokültürel değerlerinin bozulmaması ve yerel halkın turizm sektöründe istihdamı sağlanarak, toplumsal yaşam standartlarının yükseltilmesidir (Garda ve Temizel, 2016: 87). Bu üç temel ilke aslında sürdürülebilirliğin boyutları olarak da ifade edilmektedir. Bu ilkeler temelinde Dünya Turizm Örgütü’ne göre sürdürülebilir turizm, “insanın etkileşim içinde bulunduğu çevrenin bozulmadan korunarak kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamı sürdüren sistemlerin idame ettirildiği ve aynı zamanda tüm kaynakların ev sahibi bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını doyuracak şekilde ve gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçiminde yönetildiği bir kalkınma şeklidir (Sarkım, 2008: 4).



Şekil1. Sürdürülebilir Turizmin Boyutları

Şekil1’deki bu boyutlar ise şöyle açıklanabilir (Akıncı ve Kasalak; 2016:163):

- Çevresel (Ekolojik) Boyut: Geri dönüşümlü olsun ya da olmasın, her doğal kaynağın, devamlılığını sağlayabilecek şekilde kullanımı hedeflenmelidir. Bu boyut ekosistemlerin desteklenerek uzun dönem yeterliğin sağlanması anlamını taşımaktadır. Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımının sağlanması, gelecek kuşakların da en az günümüz kuşakları kadar bu kaynaklardan yararlanmasını sağlamak anlamı taşır. Ekolojik (çevresel) olarak sürdürülebilir bir sistem, yenilenebilir kaynak sistemlerinin aşırı kullanımından kaçınarak, istikrarlı kaynak yapısını sürdürebilen bir sistemi ifade etmektedir.
- Sosyo-kültürel Boyut: Sürekli eğitim ile kişilere “Hayat Kalitesinin Artırılmasının” kendilerine ve sonraki nesillere sağlayacağı faydalar anlatılmalıdır. İnsanların kültürel, maddesel ve ruhsal ihtiyaçlarını eşit biçimde karşılayabilmek olarak tanımlanmıştır.
- Ekonomik Boyut: Yeryüzündeki her kaynak sınırlıdır. Dolayısıyla, elimizdeki kaynak ne olursa olsun, bu kaynağın insan yaşamının kalitesini artırabilecek biçimde nasıl en adil dağıtılacağı yolunu bulmalıdır. Maliyetler gelirleri aşmadan kendi kendine yeterliğin sağlanması olarak açıklanmaktadır. Ekonomik boyut faaliyetlerin ve üretim faktörlerinin sürdürülebilir kullanımını ifade etmektedir. Turizmin gelişimi ekonomik açıdan bakıldığında, hane halkı gelirlerinin ve istihdam olanaklarının artırılmasını, yaşam standartlarının yükseltilmesini içerir. Turizm kalkınmasının olumsuz ekonomik etkileri ise yaşam maliyetlerindeki artış, ürün, hizmet ve diğer ürünlerin fiyatlarının yükselmesi, turizm sektöründeki düşük ücretli işlerde artış ve gayrimenkul vergilerinde artış olarak sayılabilir. (Rasoolimanesh ve Jaafar, 2017: 36).

Sürdürülebilir turizm kavramı, daha geniş bir kavram olan “sürdürülebilir büyüme” den gelen ve bu büyümeyi turizmin özel bağlamına uygulama anlamına gelen özel bir terimdir. Çevre kalitesini devam ettirmek, turistik bölgelerin yaşam kalitelerini yükseltmek, kaliteli ziyaretçi deneyimini gerçekleştirmek gibi amaçlar taşımaktadır (Kaypak, 2010: 99). Bu amaçlar sonucunda ise sürdürülebilir turizmin gerçekleşmesinde elde edilecek pek çok fayda bulunmaktadır. Bu faydaları aşağıdaki gibi özetlemek mümkündür (Swarbrooke, 1999: s. 10):

- Turizmin etkileri anlaşılır,
- Turizmden elde edilen gelirlerin ve maliyetlerin adil dağılımı sağlanır,
- Turizme doğrudan ve dolaylı istihdam yaratır,
- Turizm işletmelerinde canlılık sağlar,
- Kırsal alanlarda yerel ekonomileri canlandırır,
- Alt yapı ve üst yapı hizmetlerinin gelişimini hızlandırır,
- Tarihi ve kültürel eserlerin, arkeolojik alanların korunmasını sağlar,
- Ekonomik ve sosyal refahın korunmasına yardımcı olur ve
- Çevresel sorumluluk gelişimini sağlar.

Buhalis ve Fletcher'ın 1996 yılında yazmış oldukları makalede, sürdürülebilir turizm anlayışını daha iyi kavrayabilmek ve doğayla uyum içinde bir turizm gelişimini başarmak için eğilimler, sorumluluklar, gelecek bağlamında 10 ilke belirlenmiştir (Beyhan ve Ünügür, 2005: 80):

- Harekete geçmek için ihtiyaçları tanımak,
- Zayıf elemanları, yerleri, toplulukları desteklemek,
- Kurallı bir şekilde gelişmenin amaçlarını oluşturmak,
- Alan ve varlık üzerindeki kontrolü yapmak, alanın gelişimi ve alanın sahibine karşı aktif bir politika izlemek,
- Malzeme politikası oluşturmak,
- Doğayı korumak,
- Tarım ve ormanlık alanların kullanımını güçlendirmek,
- Ekonomik aktivitelerin düzenini genişletmek,
- Yerel mimariyi, gelenekler ile kültür ve folklor mirasını korumaya yardım etmek,
- Turizm pazarlamasını, promosyonu ortaya koymak.

Turizm, yenilenemeyen kaynakların önemli kullanıcısı olan bir sektördür. Dolayısıyla turizmin olumlu etkilerini en üst seviyeye çıkarmak ve olumsuz etkilerini en aza indirmek için sürdürülebilir turizm anlayışını benimsemek gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm, turizm pazarında yeni bir dilim yaratmak ya da bir niş pazarı doldurmak için ortaya çıkan turizm türü değil, sürdürülebilir gelişmeyi ilke edinen bir yaklaşımdır. Ayrıca günümüzde destinasyonların rekabeti doğal, ekonomik ve kültürel kaynakların sürdürülebilirliğine bağlıdır (Çelik ve Bahar, 2015: 465). Bu nedenle sürdürülebilir turizmde, turizmden beklenen ekonomik faydaların toplumsal ve ekolojik amaçlarla bütünleşmesi esastır. Ekolojik amaçların gerçekleştirilmesi doğal kaynak ve çevresel yönetim araçlarıyla olanaklıdır. Buradaki temel ilke muhasebe sistemleri, yatırım kaynakları ve iktisat politikalarının fayda ve maliyetleri tartışılırken, çevrenin sağladığı hizmetlerin ekonomik değerleri biçilerek dikkate alınmasıdır (Karacan vd. 2015'ten aktaran Avcıkurt ve GÜDÜ Demirbulat, 2016: 174).

Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi

Sürdürülebilir turizm kavramı, uzun dönemli, katılımcı, çevresel, sosyal, kültürel ve ekonomik uyumlu bir turizm gelişimini ifade etmektedir. İdeal olarak, yerel toplum için mevcut faydalar ve sağlanacak gelecek fırsatlar arasında bir denge aramakta, bir yandan, doğal kaynakları, doğal ve kültürel mirası ve sosyo-ekonomik refahı göz önüne alırken, diğer yandan kültürel, çevresel, biyolojik kalite ve çeşitliliği ve bunların ev sahibi toplumla entegrasyonunu sağlamaktadır. Sürdürülebilir turizm gelişimi sürdürülebilir turizm amacını sağlayabilmek için bir araç olmalıdır. Sürdürülebilir turizm stratejileri çeşitli ilgi gruplarını kapsayan daha geniş ve bütüncül temele dayanmalıdır (Çıracı vd., 2008: 91).

Sürdürülebilir turizm gelişimi politikaları ve yönetim uygulamaları, turizm destinasyonlarında, kitlesel ve niş turizm alanları da dâhil tüm turizm türlerinde uygulanabilir. Sürdürülebilir turizm ilkeleri; çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel durumlara bağlıdır ve uzun dönem sürdürülebilirliği sağlayabilmek için aşağıda verilen üç ölçüt kullanılmalıdır. Bunlar;

1. Devamlı bir ekolojik süreç için biyolojik çeşitliliğin ve doğal mirasın korunmasında oluşturulan çevresel kaynakların optimal kullanımı, sürdürülebilir turizm gelişim sürecindeki temel unsur olmalıdır.
2. Ev sahipliği yapan halkın sosyo-kültürel yapısına, yöredeki kültürel mirasa ve geleneksel değerlere saygı duyulmalı ve yörede bulunan yapılar korunmalıdır.
3. Ev sahipliği yapan halka istikrarlı iş olanakları, gelir getiren fırsatlar ve sosyal hizmetler de dâhil olmak üzere; yaşanabilirliği, uzun dönem ekonomik icraatları tüm paydaşlara adil bir biçimde dağıtmak şartıyla garanti etmelidir.

Sürdürülebilir turizm gelişimi kamu ve sivil toplum kuruluşları, yerel yönetimler, işletmeler gibi geniş ölçüde katılımı gerektirir. Sürdürülebilir turizm devamlılık gösteren bir süreçtir. Gerektiğinde önleyici ve düzeltici tedbirler uygulanarak etkileri sürekli olarak gözlenmelidir (Gunneng, 2006: 12).

Turizmin sürdürülebilir gelişiminin sağlanması ile olumsuz etkilerin aza indirilmesi ve olumlu etkilerin üst düzeye çıkarılması bütün turistik alanlar için istenen bir sonuçtur. Bu kapsamda, turizme konu olan varlıkların gelecek kuşaklara aktarılacak şekilde korunması ve geliştirilmesi, kısaca sürdürülebilirliğin sağlanması rasyonel bir davranış olacaktır. Destinasyonda etkin bir sürdürülebilir turizmi gelişiminden söz edebilmek için doğal çevre, kültür, miras ve turizmin birbiriyle bağlantılı ve doğru yönetilmesi gerekmektedir (Çekül Vakfı, 2012; Dedeşayır, 2014'den aktaran Er ve Bardakoğlu, 2016: 98). Burada turizm planlaması büyük öneme sahiptir. Zira turist destinasyonlarında yaşanan en büyük sorunlardan biri; turizm paydaşlarının kısa dönemli çıkarlar için kaynakları plansızca kullanıp tahrip etmeleridir (Buhalis, 2000). Planlama yapılırken her bölgenin sahip olduğu turizm kaynaklarının envanterinin çıkarılması, bu doğrultuda çözümler sunulması ve bölgeler arası gelişme farklılıklarına yol açmayacak planların hazırlanması akılcı olacaktır. Bu süreçte de turist, özel sektör, kamu sektörü, yerel halk, yerel yönetimler, bölgesel ve uluslararası örgütler ve üniversitelerin birlikte hareket etmesi turizmin sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde gelişmesine işlerlik kazandıracaktır (Mowforth ve Munt, 1998).

METODOLOJİ

Bu çalışmanın amacı, Seyitgazi ilçesinin mevcut turizm kaynaklarını belirleyerek ve ilçe paydaşlarının sürdürülebilir turizm farkındalıklarını anlamaktır. Bu nitel çalışmada veriler, ikincil kaynaklardan ve derinlemesine görüşmeler yardımı ile elde edilmiştir. İkincil kaynaklardan Seyitgazi ilçesinin turizm kaynakları belirlenmiş ve derlenmiştir. Elde edilen veriler ışığında, Seyitgazi İlçesi'ne yönelik mevcut durum değerlendirilerek, "*SWOT Analizi*" yapılmıştır. Derinlemesine görüşmeler ise Seyitgazi ilçesinin paydaşlarından olan Seyitgazi Belediye başkanı, Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi dekanı ve sivil toplum kuruluşu temsilcileri ve turizm fakültesi öğretim üyelerinden oluşan 7 kişi ile yapılmıştır. Toplam 67 dakika süren görüşmelerde yapılan ses kaydından elde edilen veriler Maxqda 12 programı ile analiz edilerek değerlendirilmiştir. Veriler sürdürülebilirlik teması altında çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel alt temalarına ayrılarak kodlar oluşturulmuştur.

BULGULAR

Tarihi Orta Paleolitik döneme kadar uzanan Seyitgazi ilçesinin, sahip olduğu doğal ve kültürel mirasının belirlenerek, ilçe paydaşlarının sürdürülebilir turizm farkındalıklarının belirlenmeye çalışıldığı bu çalışmada ikincil verilerden, Seyitgazi'nin sahip olduğu doğal, kültürel ve sosyo-ekonomik verilerine yönelik bulgulara ulaşılmıştır. Ayrıca yapılan derinlemesine görüşmelerin analiz bulguları da aşağıda verilmektedir.

Seyitgazi İlçesi Mevcut Durum

Eskişehir İline 43 km. mesafedeki Seyitgazi ilçesinin yüzölçümü 1502 km², deniz seviyesinden yüksekliği 1040 m.'dir. Coğrafi olarak tepelik dalgalı düzlükler ve orta yükseklikte olan topraktan oluşmuştur. Seydisuyu en önemli ırmağıdır. İlçede karasal iklim hüküm sürmektedir. Batısı Türkmen Dağları ile çevrilmiştir. Coğrafi oluşumuyla birlikte önemli maden yatakları özellikle bor yatakları oluşmuştur. Topraklarının ancak bir kısmı kullanılabilir. Zira büyük bir bölümünü ormanlar ve tepelikler oluşturmaktadır. Özellikle dağlık alanlarda büyük çam ve meşe ormanları mevcuttur. Yönek Deresi'nde Kunduzlar Barajı bulunmaktadır. Bu baraj, yakınında suni bir göl oluşturmuştur (Seyitgazi Belediyesi). Yaban hayatı açısından, bölgede genel olarak karasal iklim uyum sağlamış ve stepelerde yasayabilen tavşan, tilki, sansar, kurt, porsuk, geyik ve domuz gibi kara hayvanları bulunmaktadır (Bahçe ve Çoşkun, 2006: 79). Bununla birlikte sadece bu bölgede nesli tükenmekte olan Kara Akbaba yaşamaktadır.

Seyitgazi ilçesinde mevcut, sadece yem ve yağ fabrikası ve yumurta çiftlikleri, ayrıca sanayi tipi patlayıcı fabrikası bulunmaktadır. Bu yapım aşamasındaki fabrikaların doğayı kirletecek kimyasal atığı olmayacağı belirtilmektedir.

Eskişehir'e 43 km uzaklıkta bulunan Seyitgazi'den Eskişehir ve Afyon yönüne asfalt yollar olması ve bu yolun şehirlerarası otobüsler için daha kısa olması nedeni ile tercih edildiği bilinmektedir. Dolayısı

ile Seyitgazi’de ulaşım sorunu yaşanmamaktadır. Eskişehir ilçe garajından ise Seyitgazi ilçesine her yarım saat başı otobüs seferleri düzenlenmektedir (T.C. Eskişehir Valiliği).

Seyitgazi ilçesinin eğitim istatistiklerine baktığımızda; ilçede okulöncesi, ilköğretim ve lise olmak üzere toplam 16 okul bulunmaktadır. Bu okullarda, 140 derslik, 2.258 öğrenci ve 139 öğretmen bulunduğu bilgilerine ulaşılmıştır (Seyitgazi İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü).

Seyitgazi İlçesinin Kaynakları ve Önemi

Seyitgazi ilçesinde çok sayıda tarihi ve kültürel eser bulunmaktadır. Her biri ayrı öneme sahip olan bu kaynakların en başında Frig Vadisi bulunmaktadır. Arkeolojik çalışmalar ve tarihi kaynaklar, bölgede tarihin Paleolitik çağa kadar uzandığını ortaya koymaktadır. Vadide M.Ö. 3000’de Erken Tunç çağı yerleşimi, M.Ö. 2000’de Hitit yerleşimi görülmüştür. M.Ö. 8. Yüzyıldan sonra Hellenistik, Roma, Bizans, Selçuklu, Osmanlı çağlarına ait anıtsal eserler günümüze kadar ulaşmıştır. Kütahya ili Tavşanlı ilçesi Tunçbilek beldesinde kömür ocaklarında Kalkolitik döneme ait kalıntılara rastlanmıştır (Aşlıoğlu ve Memlük, 2010: 189).

Bölgeye Frigler’in gelmesi M.Ö. 1200’lü yıllarda başlar. Hititler Eskişehir, Afyonkarahisar ve Kütahya illerinin birleştiği bölgede özgün bir kültür oluşturmuşlar ve özellikle Afyonkarahisar ilinin kuzeyinde bulunan Seydiler, Ayazini, Göynüş Vadisi ve Döğer civarında dünyada eş bulunmayan Frig kaya anıtlarını ve yerleşimlerini meydana getirmişleridir. Frigler bu bölgede kült mezar ve mezar anıtları biçimde, büyük boy kaya blokları üzerine işlenmiş ana tanrıça Kibele kültüne ait tapınak cepeleri ve aslan kabartmaları ile dünyanın en ilginç ve en değerli eserlerinin yaratılmasını sağlamışlardır (Aşlıoğlu ve Memlük, 2010: 189). Frig Vadisi’nin Eskişehir ili sınırları içerisinde kalan bölümünde Han ilçesi Yazılıkaya köyünde bulunan Antik Yazılıkaya kenti, Friglerin dini merkezleri olmuştur. Kayalık bir platform üzerinde olup, Erken Tunç çağlarında yerleşim görmüştür. Antik şehirde, Hitit kültürüne ait kendi stilleri ile yaptıkları kaya kabartmaları ele geçmiştir. Hititlerden sonra bir Frig kenti olarak gelişen Yazılıkaya’da, Frig Kültürüne ait kale duvarları, yerleşim yerleri, kaya kabartmaları, kaya anıtları, su sarnıçları, sunak yerleri, karlıklar, kaya mezarları, basamaklı anıtlar, nişler, antik yollar, tabiat şartlarından etkilenmişlerse de günümüze ulaşabilmişlerdir. Kaya yüzeyine tapınak cephesi biçiminde işlenen kaya anıtları ve kaya anıt mezarları yanında, askeri soylular sınıfının yaşadığı, kayalıklar üzerine kurulmuş, tahkimli Frig kaleleri Seyitgazi ve Han ilçeleri civarında yoğunluk kazanmaktadır (Aşlıoğlu ve Memlük, 2010: 189).

Seyitgazi ilçesi’nde (Resim 1) bulunan kültürel varlıklar ve ait oldukları dönemler ve inanç turizmine yönelik mevcut kültürel eserler Tablo1’de ve Tablo 2’de görülmektedir (Seyitgazi Rehberi, 2016; 1):

Tablo 1. Seyitgazi İlçesi Tarihi ve Kültürel Varlıkları

Neolitik-Tunç Çağı	Roma ve Doğu Roma Dönemi
<ul style="list-style-type: none">Keçiçayırı Yerleşkesi	<ul style="list-style-type: none">Zahran Vadisi
<ul style="list-style-type: none">Küllüoba Höyüğü	<ul style="list-style-type: none">Fethiye Ören Yeri
Frig Dönemi	<ul style="list-style-type: none">Seyrecek Nekropolü
<ul style="list-style-type: none">Asmainler Saklı Vadi	<ul style="list-style-type: none">Berberini Kaya Kilisesi
<ul style="list-style-type: none">Bahşeyiş Anıtı	<ul style="list-style-type: none">Ayterek Kale
<ul style="list-style-type: none">Asar Kaya	<ul style="list-style-type: none">Yapıldak Karanlık Dere
<ul style="list-style-type: none">Hamamkaya Mezarı	<ul style="list-style-type: none">Yapıldak Asar Kale
<ul style="list-style-type: none">Küçük Yazılıkaya	<ul style="list-style-type: none">İnli Kaya
<ul style="list-style-type: none">Midas Anıtı/ Yazılıkaya	<ul style="list-style-type: none">Gerdekkaya Mezar Anıtı
<ul style="list-style-type: none">Bitmemiş Anıt	<ul style="list-style-type: none">Bardakçı Kaya Mezarları
<ul style="list-style-type: none">Sümbüllü Anıt	Selçuklu-Osmanlı- Cumhuriyet Dönemi
Frig-Hellenistik-Roma ve Doğu Roma Dönemi	<ul style="list-style-type: none">Melik Gazi Türbesi
<ul style="list-style-type: none">Solon’un Mezarı (Aslanlı Mabet)	<ul style="list-style-type: none">Selçuklu Hamamı, Bor ve Etnoğrafya Sergi Alanı

• Köresten Nekropolü	• Sücaattin Hamamı
• Delikli Kaya Nekropolü	• Eski Han, Kervansaray
• Dübecik Kale	• Develik Han
• Yazılıkaya Frig Vadisi Gözetleme Kaleleri	• Çırcır Çeşme
	• Menimhane Çeşmesi
	• Alpanos Köyü Çamaşırhanesi

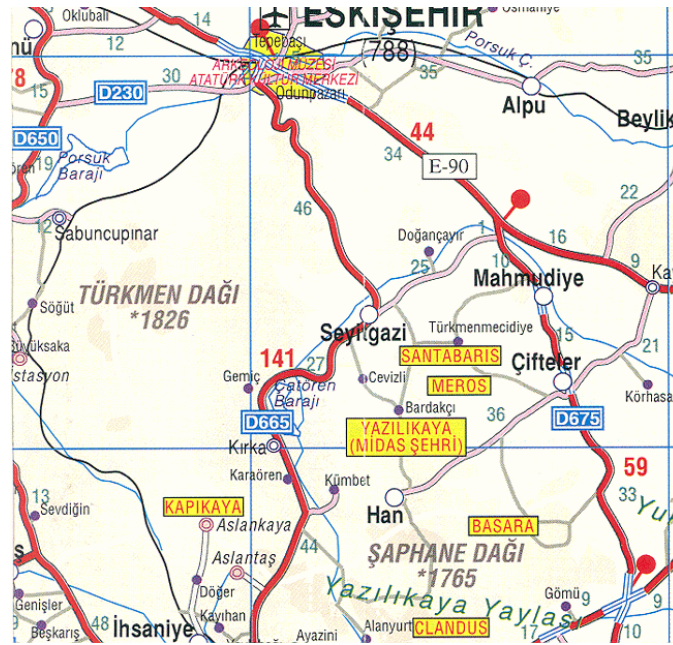
Kaynak: Seyitgazi Rehberi, T.C. Eskişehir Valiliği Yayını (Ed. Abdullah Yiğit), Eskişehir, 2016.

Tablo 2. Seyitgazi İlçesinde Bulunan İnanç Turizmine Yönelik Kültürel Varlıklar

İnanç Turizmi
• Seyyid Battal Gazi Türbe ve Külliyesi
• Seyyid Sücaattin-i Veli Türbe ve Külliyesi
• Üryan Baba Türbesi
• Himmet Baba Kümbeti
• Elveren Türbesi

Kaynak: Seyitgazi Rehberi, T.C. Eskişehir Valiliği Yayını (Ed. Abdullah Yiğit), Eskişehir, 2016.

Resim 1. Seyitgazi İlçesi



Kaynak: www.etonet.org.tr

Ayrıca Seyitgazi ilçesinde şenlikler düzenlenmektedir. Bunlar:

- 6 Mayıs Hıdırellez Şenlikleri.
- Şeyh Sücaattin-i Velii Anma Şenlikleri (Mayıs'ın son haftası).
- Seyyid Battal Gazi'yi Anma Günü ve Seyitgazi'nin Kurtuluş Günü (1 Eylül)

Bunların yanında *Bor ve Etnografya Müzesi* ilçe merkezinde bulunmaktadır. Yine 2012 yılında faaliyete geçen 15 bungalov ve 2 havuzu olan *Santral Park Tesisleri* ilçenin ilk konaklama tesisidir. Tesis, piknik alanı olarak da kullanılmaktadır. Ayrıca Frig Vadisinin merkezinde Midas Han adında otel ve kamp alanı bulunmaktadır.

Seyitgazi ilçesi, tarihi çağlara ait olan, ender bulunan özellikleri ve güzellikleri bakımından korunması gerekli kültürel mirasa sahiptir. Sahip olduğu bu değerlerin bulunduğu alanlar da Anıtlar Yüksek Kurulu tarafından çeşitli derecelerde SİT alanı olarak belirlenmiştir. Resim 2’de Seyitgazi ilçesinin 1., 2., ve 3. Derece SİT alanı bölgeleri gösterilmektedir.

Seyitgazi ilçesi Eskişehir ilinin diğer ilçeleri arasında önemli bir yere ve konuma sahiptir. Eskişehir ilinde tarihi ve kültürel yapı maalesef birkaç tanedir. Dolayısı ile Seyitgazi ilçesi sahip olduğu tarihi eserler ile büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Özellikle Frig Vadisi ve bölgede bulunan farklı medeniyetlere ait eserler Seyitgazi ilçesinin Eskişehir ili ve bölge iller için önemini daha da arttırmaktadır.

Resim 2. Seyitgazi İlçesi Sit Alanları



Kaynak: Seyitgazi Belediyesi

SWOT Analizi

İkincil verilerden elde edilen bulgular, ilçe gezileri ve görüşmeler neticesinde yapılan SWOT analizinde aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır (Tablo 3.):

Tablo 3. Seyitgazi İlçesi SWOT Analizi

<i>Seyitgazi ilçesinin güçlü yanları</i>	<i>Seyitgazi ilçesinin fırsatları</i>
<ul style="list-style-type: none">• Frig Vadisi'nin ilçe sınırları içinde yer alması ve Vadi'nin giriş kapısının burada olması.• İlçe ve Frig Vadisi sınırları içinde pek çok medeniyete (Hitit, Frig, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı dönemine ait tarihi değerler) ait tarihi eser mevcudiyeti.• Kültürel zenginlik• Yerel yönetimlerin ilçenin gelişimine olan olumlu katkıları.• Coğrafi konum nedeniyle turist gönderen bölgelere yakınlık.• Balon turlarının başlaması• Ulaşım kolaylığı	<ul style="list-style-type: none">• Sahip olduğu kültür turizmi potansiyeli dışında da av turizmi, doğa turizmi vb. pek çok alternatif turizm türünün ilçede uygulanabilirliği.• Seyyid Battal Gazi Türbe ve Külliyesi başta olmak üzere pek çok külliye ve türbenin ilçede bulunması ve bunun yarattığı inanç turizmi potansiyeli.• Yazılıkaya Antik Kenti, Seyyid Battal Gazi Türbesi vb. gibi gününbirlik veya hafta sonu turlarının programına dâhil edilebilecek turistik çekiciliklerin varlığı.• Coğrafi konumu nedeniyle ilçeye ulaşımın kolay olması.• İlçeye yönelik çeşitli ulusal ve uluslararası projelerin gerçekleştirilmesi.• Balon ile turların başlaması.• Eskişehir'deki turizm paydaşlarının ilçeye verdiği önem.

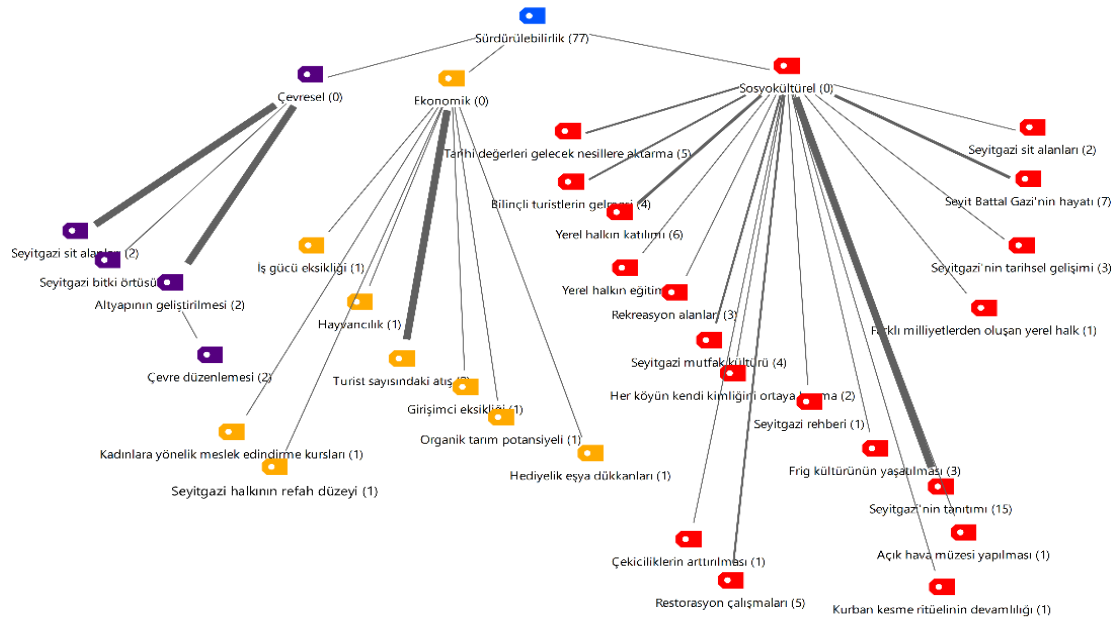
<p>Seyitgazi ilçesinin zayıf yanları</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alt yapı eksikliği. • Seyitgazi İlçesinin tanıtım ve pazarlama sorunları. • Yeterli sayıda yiyecek içecek işletmesinin olmaması. • Seyitgazi ilçesini ve Frig Vadisi'ni kapsayan bölgenin 1., 2., ve 3. Derece SİT alanı olarak kabul edilmesinden dolayı yaşanan yatırım sorunları. • Yerel yöneticilerin Frig Vadisi'ni diğer kültürel eserlerin gerisinde tutmaları. • Bölgenin karasal iklimden dolayı mevsimsel özelliği. • Yerel yönetimlerin sürdürülebilir turizm politikası izlememeleri. 	<p>Seyitgazi ilçesini bekleyen tehditler</p> <ul style="list-style-type: none"> • İlçenin altyapı sorunları. • Yapılacak yatırımların tarihi ve kültürel değerler üzerindeki baskısı. • Yerel halkın turizm farkındalığına sahip olmaması. • Taşıma kapasitelerinin önemsenmemesi. • Yerel yönetimlerin turizm stratejilerinin olmaması. • Frig Vadisi'nin ön planda tutulmaması.
--	--

Yerel Yöneticinin Sürdürülebilirlik İle İlgili Düşüncelerine Ait Bulgular

Seyitgazi paydaşlarından (Yerel yönetim, üniversite ve sivil toplum kuruluşu) gelen görüşler doğrultusunda, Seyitgazi ilçesinde sürdürülebilir bir turizm gelişimi için bütüncül bir yaklaşıma sahip olunması gerekliliği vurgulanmıştır. Yerel halktan, yerel ekonomiye, girişimcilikten planlamaya kadar, dikkat edilmesi gereken konuların çeşitliliği, sürdürülebilirlik boyutlarıyla birlikte düşünüldüğünde, Seyitgazi ilçesinde sürdürülebilir bir turizm gelişimi; sosyo-kültürel, ekonomik ve çevresel boyutların göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

Derinlemesine görüşmeler yardımıyla Seyitgazi yerel yöneticisinden elde edilen ifadelerle ilişkin kodlar ve sıklıkları Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3. Yerel Yöneticinin Sürdürülebilirlik ile İlgili Düşüncelerine Ait Kodlar ve Sıklıkları



Elde edilen veriler içerik analizi ile sürdürülebilirlik boyutları kapsamında incelendiğinde; Sosyo-kültürel alt boyutu altında; yerel yöneticinin “Seyitgazi’nin tanıtımı”, “Seyit Battal Gazi’nin hayatı” ve “Yerel halkın katılımı” alt kodlarından bahsettiği görülmektedir. Buna göre, Seyitgazi ilçesinin tanıtımının, sürdürülebilir turizm için önemli olduğu, Seyitgazi’nin değerlerinin gelecek kuşaklara aktarılmasını önemsendiği Seyitgazi ilçesi yerel yöneticisi tarafından şu sözlerle vurgulanmıştır:

“Biz burada tarihin derinliklerinden gelen dokuyu gelecek nesillerimize daha iyi aktarabilmek için çalışıyoruz.”

Öte yandan, ilçeye adını veren Seyit Battal Gazi’nin hayatı ile ilgili pek çok bilgiye sahip olan yerel yönetici, Seyit Battal Gazi’nin tanınmasının, Seyitgazi turizmine katkı sağlayacağını belirterek, Seyit

Battal Gazi'yi önce yerel halkın sonra da ziyaretçilerin benimsemeleri gerektiğini şu şekilde aktarmıştır:

“İlçemizin adını aldığı Seyit Battal Gazi'nin bir vizyonu bir misyonu var, 640-740 yılları arasındaki bir misyon ve vizyondan bahsediyorum. Bu ülkenin manevi değerlere sahip çıkması lazım. Seyit Battal Gazi hazretlerinin bu topraklara gelişindeki gaye, ta Buhara'dan Balkanlara kadar 7000 km'lik alanda iz bırakmışlıkları var.”

Seyitgazi ilçesi, sürdürülebilir turizm kapsamında yerel halkının desteğine ihtiyaç duymaktadır. Sürdürülebilir turizm gelişiminde bir paydaş konumunda olan yerel halkın katılımının sağlanması önemlidir. Bu kapsamda, yerel halk ve yerel yönetim işbirliği içinde olduklarını şu sözlerle ifade etmişlerdir:

“Seyitgazi'nin turizm gelişimi ile ilgili konuşacaksak, bu işin sahipleri yerelde sabit kalacak insanlardır.”

“Bir burada halk ile birlikte bir şeyler yapmaya çalışıyoruz. Halk burada dönüşmeye başlarsa, bu işi sahiplenmeye başlarsa yürüyebiliriz.”

Sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu açısından ele alındığında, Seyitgazi ilçesi yerel yöneticisi, turist sayısında yaşanan artışı kaydettiklerini ve kadınlara yönelik meslek edindirme kursları düzenlemiştir. Bu kapsamda turist sayısındaki artış ile ilgili şunları söylemiştir:

“2014 yılında 80.000 olan turist sayısı, 2016 yılında 150.000'e çıktı. 2017 yılında ise 250.000'in üzerinde... Biz bu ziyaretçilerin Seyitgazi'ye para kazandırma kısmına odaklanmalıyız.”

Seyitgazi turizminin gelişimi ve yerel halka ekonomik katkı sağlamak için Seyitgazi ilçesinin organik tarıma elverişli olduğunu ve hayvancılık için uygun bir yer olduğunu şu şekilde açıklamıştır:

“1000 dönüm bal ormanlarımız var. Şu an arıcılık ile ilgili çok farklı çalışmalar yapıyoruz. Çok güzel bal üretiyoruz. Hayvancılıkla ilgili ayrı çalışma alanlarımız var.”

“Burası pek çok ürün açısından zengin... Taze fasulye, kuru fasulye ve patates gibi organik tarım anlamında geliştirilebilir ürünler...”

Seyitgazi'nin sürdürülebilir turizm boyutlarından çevresel boyut göz önünde bulundurulduğunda yerel yönetici, alt yapı çalışmalarının devam ettiğini, Seyitgazi'de bulunan endemik türleri ve çevre düzenlemesi konusunda bir takım çalışmalar yaptıklarını dile getirmişlerdir.

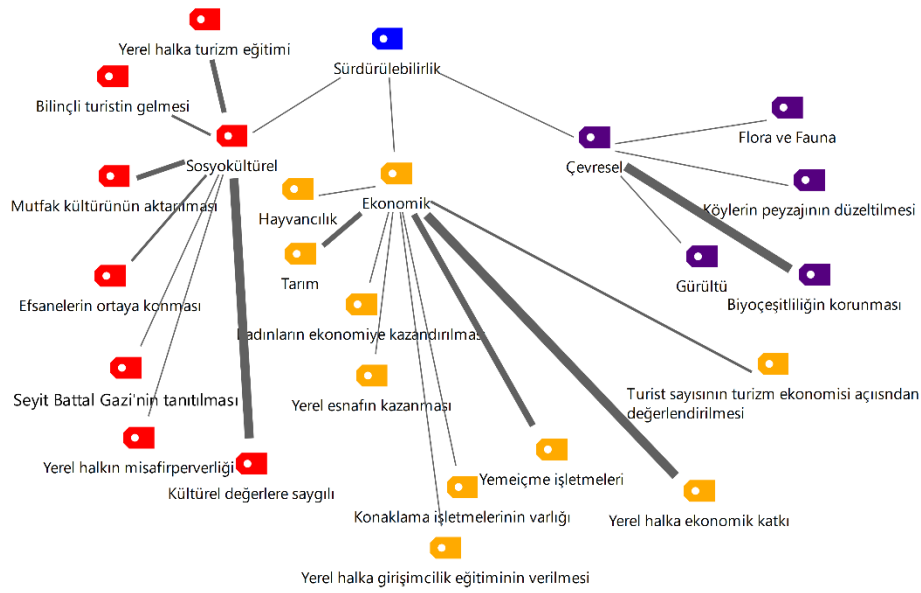
“Bir yıldan beri Seyitgazi türbesinin restorasyonunu yapıyoruz. Geçen yıldan beri bakım ve temizliklerini yaptık.”

“Seyitgazi'de 500 endemik çiçek mevcut... Doğal oluşumlarımız, doğal güzelliklerimiz de mevcut... Seyitgazi'nin bulunduğu alanın yarısı orman.”

Üniversitelerin Sürdürülebilirlik İle İlgili Düşüncelerine Ait Bulgular

Derinlemesine görüşmelerde ikinci paydaş olan üniversite kapsamında, Turizm Fakültesi öğretim üyesinden elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur. Elde edilen ifadelere ilişkin kodlar ve sıklıkları Tablo 4'de yer almaktadır.

Tablo 4. Öğretim Üyesinin Sürdürülebilirlik ile İlgili Düşüncelerine Ait Kodlar ve Sıklıkları



Sürdürülebilirlik boyutları kapsamında incelendiğinde; Sosyo-kültürel alt boyutu altında; öğretim üyesinin “Kültürel değerlere saygılı bir turizm” “Mutfak kültürünün aktarılması” ve “Efsanelerin ortaya konması” alt kodlarından bahsettiği görülmektedir. Buna göre, Seyitgazi ilçesinde turizmin geliştirilmesinde, Seyitgazi'nin kültürel değerlerine saygılı bir turizm gelişimi yapılması gerektiği öğretim üyesi tarafından şu sözlerle vurgulanmıştır:

“Eğer Seyitgazi’de turizm hareketliliği sağlamak istiyorsak, insanların yaşam tarzını değiştirmeyen bir takım şeyler yapmamız gerekir... Biz Seyitgazi halkını “Seyitgazi halkı” olarak koruyacak şeyler yapmalıyız. Kültürel dönüşüme engel olmamız lazım.”

“Tek bir şeye yoğunlaşmayıp, her şeyi koruyup kollamalıyız. Kültür, değerler gibi...”

Seyitgazi ilçesinin yerel lezzetlerini gelen ziyaretçilere aktarmak ve Seyitgazi'nin sosyo-kültürel bir değeri olan mutfak kültürünü aktarmak, Seyitgazi turizmi açısından önemlidir. Öğretim üyesinin bu durumu destekler nitelikteki sözleri şu şekildedir:

“Seyitgazi’de yer alan gastronomik ürünlerin tanınması büyük önem taşıyor.”

“Ziyaretçiler, Seyitgazi’ye geldiğinde neler yiyecek bunların tanınması gerekiyor. Ayrıca reçeteler geliştirilerek, standart bir hizmet sunumu sağlanmalıdır.”

Öte yandan Seyitgazi turizminin geliştirilmesi bağlamında, Seyitgazi'nin efsaneleri ortaya konması gerekliliği, öğretim üyesi tarafından şu şekilde anlatılmıştır.

“Seyitgazi’nin sahip olduğu değerler, efsaneler ve hikâyeler araştırılıp, çekicilik unsuru olarak kullanılabilir.”

Sürdürülebilirliğin ekonomik boyutu açısından bakıldığında, “yerel halka ekonomik katkı” sağlayan bir turizm hareketinin olması gerektiğini savunan öğretim üyesi, bu düşüncesini şu sözlerle vurgulamıştır:

“Turizmin yerel halka getirdiği hiçbir şey yoksa bir müddet sonra yerli halkla turist karşı karşıya gelebiliyor.”

Öte yandan, yine mutfak kültürünü yansıtabilecek yeme içme işletmeleri bulunması ve bu sayede yerel halka ekonomik katkı sağlanmasının önemini vurgulayan öğretim üyesi, bu konuyu şöyle açıklamıştır.

“Seyitgazi’nin yeme içme ürünlerinin her işletmede aynı tatta sunulması için standart reçeteler geliştirilmeli.”

Sürdürülebilirliğin çevresel boyutunda “biyoçeşitliliğin korunması” önemli bir konudur. Bütüncül yaklaşımla bakılması gerekliliği, sürdürülebilir turizmin çevre boyutunda dikkat edilmesi gereken konulardan biridir. Bu kapsamda, öğretim üyesi bu duruma şu sözleriyle dikkat çekmiştir:

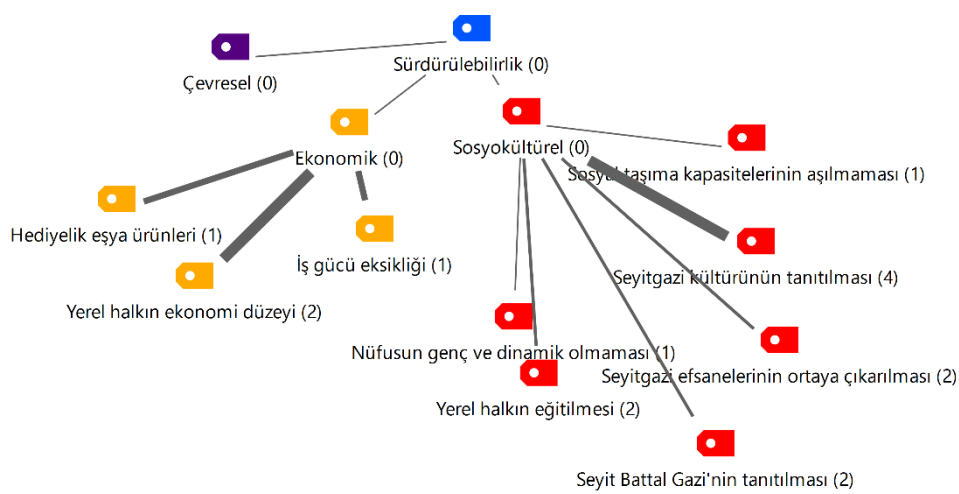
“Biyçeşitliliği bozmayan düzenlemeler yapılmalı...”

“Öyle bir turizm geliştirilmeli ki, hiç bir canlının yaşam alanına müdahale etmeden, onları koruyan düzenlemeler yapılmalı.”

Sivil Toplum Kuruluşu Temsilcisinin Sürdürülebilirlik İle İlgili Düşüncelerine Ait Bulgular

Sürdürülebilirliğin sağlanmasında diğer bir paydaş olan sivil toplum kuruluşu temsilci ile yapılan derinlemesine görüşme sonucunda elde edilen veriler içerik analizi ile analiz edilmiştir. Bu analizle ilişkin bilgiler Tablo 5’de gösterilmektedir.

Tablo 5. Sivil Toplum Kuruluşu Temsilcisinin Sürdürülebilirlik ile İlgili Düşüncelerine Ait Kodlar ve Sıklıkları



Sürdürülebilirlik boyutları kapsamında; sosyo-kültürel açıdan “Seyitgazi kültürünün tanıtılması” konusunda, STK temsilcisinin görüşleri şu şekildedir:

“Seyitgazi'nin kültürünün gelecek kuşaklara aktarılması önemli.”

“Seyitgazi'nin değerlerine zarar verecek, bu değerleri yok edebilecek hiçbir uygulamaya yer verilmemeli.”

Öte yandan turizm faaliyetlerinden etkilenecek olan yerel halkın eğitilmesi konusuna vurgu yapan STK temsilcisi şu sözleri sarf etmiştir:

“Yerel halkın profiline bakılmalı ve yerel halka turizmin geliştirilmesi ile ilgili eğitimler verilmeli.”

“Yerel halk değerlerine sahip çıkmalı.”

Seyitgazi ilçesinin efsanelerinin önemine dikkat çeken STK temsilcisi, bu konuyu şu sözlerle ifade etmiştir:

“İnsanlar efsaneleri severler. Seyit Battal Gazi'nin neler yaptığı ziyaretçilerin ilgisini çeker. Doğüstü bir takım özellikler insanın dikkatini çeker ve merak uyandırır.”

“Turist rehberleri anlatımlarını cezbedici kılmak için özellikle efsanelere ve mitlere yer vermelidir.”

Sürdürülebilirliğin bir diğer boyutu olan ekonomik boyut kapsamında, yerel halkın ekonomi düzeyine vurgu yaparak, iş gücünün belirlenmesinin ve nüfusun genç ve dinamik olmasının ekonomiye katkı yapacağını şu sözlerle açıklıyor:

“Seyitgazi'nin iş gücü iyi araştırmalı, turizm işletmelerinde çalışacak genç ve dinamik nüfusun var olup olmadığı analiz edilmeli.”

Sonuçlar ve Öneriler

Ülkemizde destinasyonların çoğunun gelişimine bakıldığında sürdürülebilirlikten uzak yaklaşımlar ile karşılaşmaktadır. Bunun temelinde destinasyon paydaşlarının sürdürülebilirliğin farkında olmamaları önemli bir nedendir. Maalesef pek çok destinasyonda, turizm planlarının çoğu sürdürülebilirlikten uzak bir çerçevede kısa dönemli yapılmaktadır. Paydaşların sürdürülebilir turizm farkındalığı kendilerinin de içinde yer aldıkları pek çok planda pozitif olarak etkisini gösterecektir.

Seyitgazi ilçesinin paydaşlarının sürdürülebilir turizm farkındalıklarını anlamak amacı ile gerçekleştirilen bu çalışmada yapılan görüşmelerde elde edilen veriler, sürdürülebilir turizmin üç bileşeni olan çevresel, ekonomik ve sosyokültürel açıdan değerlendirilerek kodlanmıştır.

Bulgular değerlendirildiğinde görüşmeye katılan paydaşların tamamının sürdürülebilir turizm hakkında bilgi sahibi oldukları söylenebilir. Yerel yönetimin çevresel, ekonomik ve sosyokültürel açıdan sürdürülebilir farkındalıklarının bulunduğu söylenebilir. Fakat sürdürülebilirliğin gerçekleşmesi için stratejik bir turizm planlaması yapılmadığı görülmektedir. Ayrıca sadece Seyitgazi ilçesinde bulunan Seyit Battal Gazi'ye ve türbesine odaklı olunan bir sosyokültürel sürdürülebilirlik yaklaşımına sahip oldukları söylenebilir. Oysa Seyitgazi ilçesi ve civarı pek çok farklı medeniyete ev sahipliği yapmış ve bu medeniyetlerin mirasını barındıran bir bölgedir. Özellikle Frig Vadisi ile ilgili her hangi bir plan, çabadan bahsedilmemiştir. Kültürel kaynakların çekiciliğe dönüştürülmesinde sürdürülebilir turizm ilkelerine bağlı kalındığı göze çarpmaktadır. Bu durum kültürel mirasın sürdürülebilirliği açısından gayet olumlu bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Çevresel açıdan sürdürülebilirlik değerlendirildiğinde ise tarım ve hayvancılık ve endemik türler ile ilgili bilgi sahibi olduğu görülmüştür. Üniversite tarafından yapılan açıklamalarda ise sürdürülebilir turizmin üç boyutunun da göz ardı edilmeden bir gelişim yaklaşımında buldukları söylenebilir. Özellikle çevresel sürdürülebilirlik boyutu üzerinde bilinçli önerilerde bulunmaktadırlar. Sivil toplum örgütü tarafının ise uygulanabilir pratik çözüm önerileri içeren ifadeleri dikkat çekmektedir.

Her üç paydaşın sürdürülebilir turizm farkındalıkları ve buna yönelik bilgi düzeyleri Seyitgazi ilçesinde sürdürülebilir turizm gelişimi için önemli bir avantajdır. Özellikle yerel yönetimlerin sürdürülebilir yaklaşım ile gerçekleştirecekleri faaliyetler Seyitgazi'nin taşıma kapasitelerinin aşılmadan bir gelişim süreci geçirmesinde avantaj olacaktır. Seyitgazi ilçesinin paydaşlarının sürdürülebilir farkındalıklarının destinasyon gelişim planlarında da etkili olması beklenmektedir.

Sürdürülebilir turizm gelişimine sahip olan destinasyonlarda, mevcut turistlerin ve ev sahibi bölgelerin bugünkü ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarının, gelecektekiler için fırsatların korunması ve geliştirilmesi şeklinde karşılanmasıyla; kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemleri gibi tüm turizm kaynaklarının yerine getirilebilir şekilde yönetilmesi beklenmektedir (UNWTO, 1998'den aktaran Aslan ve Güneş, 2016: 997). Bu nedenle Seyitgazi ilçesi için de doğru bir destinasyon planlaması gerekmektedir. Bu planlama yapılırken sürdürülebilirliğin üç temel boyutu birlikte ele alınmalıdır.

Bu çalışma; ileride bir destinasyonun diğer paydaşlarından olan merkezi yönetim, işletmeler ve halkın da dâhil edilerek gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- Akıncı, Z. ve Kasalak, M.A. (2016). Sürdürülebilir Turizm Yönetimi Açısından Özel İlgi Turizminin Yeri ve Önemi, ÇATALHÖYÜK Uluslararası Turizm Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi Yıl: 2016, Sayı: 1 – Sayfa: 161-182.
- Akşit, S. (2007). Doğal ortam duyarlılığı açısından sürdürülebilir turizm. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2007/2 (23), 441-460.

- Arıkan, İ. ve Yüksek, G. (2011). Datça'nın Sürdürülebilir Turizm Potansiyeli: Turizm Gelişimi İçin Mevcut Olanakların Değerlendirilmesi. 12. *Ulusal Turizm Kongresi*. Akçakoca: Düzce Üniversitesi, ss.385-390.
- Aslan, E. ve Güneş, G. Sürdürülebilir Bir Destinasyon Olarak Karakaya Baraj Gölü Kültür Ve Turizm Koruma Ve Gelişim Bölgesi, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research* Cilt: 9 Sayı: 46, 996-1012.
- Avcıkurt, C. ve Gülü Demirbulat, Ö. (2016). Turist rehberlerinin sürdürülebilir turizme bakış açısı, *Journal of Tourism Theory and Research Online*, 2 (2), ss. 173-191.
- Bahçe, A. S. (2009). Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli, *Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı 25, ss. 1-12.
- Bahçe, S., Coşkun, İ., (2006). Yazılıkaya (Frigya)Yaylasının Bir Destinasyon Olarak Turizme Kazandırılması, Eskişehir Turizm Geliştirme Projeleri (Ed. Arıkan, İrfan), AÜ Yayınları, Eskişehir.
- Beyhan, Ş. G. ve Ünügür S. M. (2005). Çağdaş gereksinimler bağlamında sürdürülebilir turizm ve kimlik modeli. *İtüdergisi/a*, 4 (2), 79-87.
- Buhalis, Dimitrios (2000), Marketing the Competitive Destination of the Future, *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Çelik, N. ve Bahar, O. (2015). Sürdürülebilir Turizmin Talep Tahminlemesi. I. *Eurasia In-ternational Tourism Congress: Current Issues, Trends and Indicators (EITOC-2015)*, 28-30 Mayıs 2015 (ss.464-475), Konya.
- Çıracı, H.; Turgut, S.; Kerimoğlu E.; (2008). Sürdürülebilir turizm gelişimi için bir yönetim önerisi: Frig vadisi örneği. *İtü Dergisi/a*, 7 (2), 89-102.
- Özlem ER, Övünç BARDAKOĞLU, KÜLTÜREL MİRASIN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM ÜRÜNÜ ÇEŞİDİ OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ: EDİRNE ÖRNEĞİ, *İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt 17, Sayı 2, 2016, 95-111.
- Garda, B. ve Temizel M. (2016). Sürdürülebilir Turizm Çeşitleri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Ve Teknik Araştırmalar Dergisi* Sayı: 12, 2016, Ss. 83-103.
- Gunneng, A. (2006). Task force on sustainable tourism development. *A Three-Year Journey for Sustainable Tourism*.
- Kaypak, Ş. (2010). Ekolojik turizmin sürdürülebilirliği. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 93-114.
- Rasoolimanesh, S. M. ve Jaafar, M. (2017). Sustainable tourism development and residents' perceptions in World Heritage Site destinations, *Asia Pacific Journal Of Tourism Research*, Vol. 22, No. 1, 34–48.
- Sarkım, M. (2008). Değişen seyahat eğilimleri kapsamında sürdürülebilir turizm anlayışının turizm politikaları üzerine etkileri. 2. *Ulusal İktisat Kongresi*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, ss. 1-11.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Wallingford, UK: CABI.
- Seyitgazi Rehberi (2016). T.C. Eskişehir Valiliği Yayını (Ed. Abdullah Yiğit), Eskişehir, 2016.

<http://www.eskisehirkulturturizm.gov.tr/> Erişim tarihi: 01.07.2017

<http://www.seyitgazi.bel.tr/> (Erişim tarihi: 01.07.2017)

<http://seyitgazi.meb.gov.tr/> (Erişim tarihi: 03.07. 2017)

www.etonet.org.tr Erişim tarihi: 18.07.2017

HATAY MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNDE, YÖRESEL YİYECEK ÜRETİCİLERİNİN ROLÜ

Duygu BABAT
Mustafa Kemal Üniversitesi
Turizm Otel İşletmeciliği Bölümü
duygubabat@gmail.com

Fikret GÖKÇE
İskenderun Teknik Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
fikretgokce@gmail.com

Aylin VARIŞLI
Mustafa Kemal Üniversitesi
Turizm Seyahat İşletmeciliği Bölümü
aylin.vrsl@gmail.com

ÖZET

Hatay'da farklı kültürlerin birbirleriyle etkileşimi sonucu süregelen yöresel yiyecekler yörenin tanıtımında ve markalaşmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Bu ürünlerin sürdürülebilir olarak üretilmesinde yerel üreticilerin etkisi büyüktür. Bu bağlamda çalışmanın amacı yerel yiyecek üreticilerinin, mutfak kültürünün sürdürülebilirliğini sağlamadaki rolünü incelemektir. Böylelikle, yöresel ürünlerin üretiminden satışına kadar geçen süreçte sürdürülebilirlik bileşenlerini ne denli gerçekleştirildiği, bu konuda üreticilerin geleceğe yönelik faaliyetlerini nasıl yapılandığı, özellikle geleneksel lezzetlerin korunmasında ve devam ettirilmesinde ne şekilde bir çaba sağladıkları ve tüm bunların gastronomi turizmine olan etkileri ortaya konulmuştur. Bunun için nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat ve gözlem tekniği kullanılarak yerel ürün üreticileriyle mülakatlar yapılmıştır. Çalışmada mutfak kültürünü yansıtmada yöresel yiyecek üreticilerine örnek olabilecek üretim merkezlerinden toplanan verilerde önemli ifadeler, ifadelerin anlamı, anlamların teması ve olayların ayrıntılı tanımlarına yer verilmiştir. Bu bağlamda Hatay yemek kültürü ve kültürü şekillendiren yöresel ürünlerin devamlılığı ile gastronomiye olan katkıları, üretici temelli anlamları araştırılarak karşılıklı ilişki ve etkileşimler ortaya çıkarılmıştır. Çalışmanın sonucunda Hatay'da sürdürülebilirlik çalışmalarının tarımdan mevzuata kadar çok fazla bileşenle güçlendirilmesi aksi takdirde yöreye özgü yemek kültürüne ait pek çok değer unutulma hatta yok olma tehlikesiyle karşı karşıya olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Gastronomi, Mutfak Kültürü, Sürdürülebilirlik, Hatay.

ABSTRACT

Local food has been maintained as a result of interaction of different cultures in Hatay are playing an important role in the branding and promotion of the region. There is a huge effect of local producers in the production of these products as sustainably. In this context, the aim of the study is to examine the role of local food producers to ensuring the sustainability of the local culinary culture. Thus, it is demonstrated how sustainable components are realized during the period from production to sale of local products, how the local food producers have structured the future of production activities, how they effort in the preservation and maintenance of traditional goods and effects of all of these on gastronomic tourism. Interviews were conducted with local product manufacturers using semi-structured interviews and observation techniques as qualitative research methods. The study included detailed descriptions of important expressions, meanings of expressions, and detailed descriptions of events gathered from producers that could be examples of local food producers in reflecting culinary cultures. In this context, the continuity of the local products that shaped Hatay food culture and the contributions to gastronomic were investigated via productive-based meanings and mutual relations and interactions were revealed. As a result of the work, it has been determined that sustainability studies in Hatay must be strengthened with as many components as agricultural legislation and etc. otherwise, many values of local food cultures are faced with the danger of being forgotten or even come to be end.

Keywords: Gastronomy, Culinary Culture, Sustainability, Hatay.

1. GİRİŞ

Yöresel olmayan hiçbir şey evrensel olamaz...

Toplumların en önemli kültürel parçalarından biri olan yemek avcılık ve toplayıcılıktan bu yana birikimini ve çeşitliliğini devam ettirerek, sadece yaşamın devamı için gerekli bir faaliyet olmanın ötesinde törenlerin, dinsel merasimlerin, düğünlerin, eğlencelerin, ölümlerin, festivallerin ve pek çok toplumsal davranışın vazgeçilmez öğelerinden biri olmuştur (Beşirli, 2010). 7500 yıllık tarihi bir birikime sahip Hatay’da, her bir medeniyetin, dinin, yaşanmışlığın getirmiş olduğu çeşitlilik büyük bir yemek kültürünün ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu coğrafyada yemek, insanların besin ihtiyacını gidermesi anlamına gelmez. Yemek; birliktir, mutluluktur, uzun sohbetlerin gerçekleştirildiği kalabalık sofralardır, günlerce hazırlık yapıp kısa sürede tüketilen eşi benzeri olmayan lezzetlerdir (Babat, Gökçe, & Kocabozdoğan, 2016, s. 2)

Hoşgörü diyarı Hatay tüm yemeklerine kattığı bu özelliğinden mütevelliit yöresel lezzet diyarı olarak da hem damaklarda, hem gönüllerde yer edinmiştir. Geçmişten günümüze gelen yemek kokularının hala Hatay sokaklarında rastlanabilir olması gastronomi turizmi adına yöreyi güçlü bir destinasyon haline getirmektedir. Hatay, dünyanın birçok yerinden yiyecek içecek kültürüyle ilgilenen, bu tatları yerinde görüp, denemek isteyen kişilere sahip olduğu mirası cömertçe sunmaktadır. Bu mirasın korunması, sürdürülebilmesi, tanıtılması ve en önemlisi hak ettiği değeri görebilmesi gerekmektedir. Yemeklerin geleneksel yöntemlerle pişirilmesi, bu yöntemlerin gelecek nesillere aktarılması, malzemelerinin yine geleneksel yöntemlerle hazırlanıp temin edilmesi ve tüm bunların yöreyi ziyaret eden gastronomi turistlerine sunulması ve dahası Hatay’ın gastronomik değerlerini bilmeyenlerin bu kültür ile tanıştırılması, yemek kültürünün devamlılığı için bir zorunluluktur.

Ancak geçmişten günümüze gelen gastronomik değerlerin gün geçtikçe unutulduğu belirli yemeklerin restoranlarda servis edildiği ve bunların evde yapılan lezzet ve otantikliğini koruyamadığı genel bir sorun olarak dile getirilmektedir. Günümüzde epey revaçta olan yeme-içme konusu Hatay’ın bu yönde akıllara getirilmesine imkan vermiştir fakat yörenin yemek kültürünün asıl özelliklerinin gözden kaçırılmasına neden olurken, turizm ziyaretleri sırasında hızlıca geçilen bir destinasyon olarak amatörce ve kalıcılık oluşturmadan yapılan yemek sunumları maalesef Hatay’ın potansiyelini yansıtamamaktadır. Ayrıca bu yemeklerin yapılmasında kullanılan ürünlerin üretilmesinde de gün geçtikçe geleneksel yöntemlerden uzaklaşmaktadır. Söz konusu yemeklerin varlıklarını, lezzetlerini korumaları ve devamlılıklarını sağlamalarının en önemli bileşenlerinden biri de iyi malzeme kullanımudur. Eğer bir yemeği oluşturan malzemeler geleneksel veya yöresel kimliklerini kaybederse o yemek de lezzetini ve kendine has özelliklerini yitirir. Böyle bir durum yöresel yemek kültürünün devamlılığı önünde en büyük tehditlerden biridir ve bu konuda yöresel ürün üreticilerinin çok hassas davranması gerekmektedir. Bu nedenle çalışmanın konusu; yöresel ürün üreticilerinin, yöresel yemek kültürünün sürdürülebilirliğini nasıl etkilediği, günümüz üretim anlayışının nasıl şekillendiği ve gelecek konusunda ne gibi sorunların olduğu ve çözüm önerileri üzerine olmuştur.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Beslenme şekli kültüre, iklime ve şartlara göre ülkeden ülkeye değişmektedir. Aynı ülkede farklı coğrafyalarda yaşayan insan toplulukları arasında hatta aynı şehirde bile farklılıklar göstermektedir. Kültür; Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlükte (2017): “*Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin*” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 2017). Toplumun bir üyesi olarak insanın evrim sürecinde kazandığı biyolojik kazanımlar temelinde ortaya çıkan, toplumsal etkileşim yoluyla sürdürülen ve öğrenme yoluyla sonraki kuşaklara aktarılan maddi-manevi yaşam tarzı ve dünya görüşünün bileşiminden oluşan evrimsel bir adaptasyon aracıdır (Türk, 2002, s. 6). Yemek kültürü toplumların yaşam şekilleri ve yaşadıkları coğrafi koşullarla doğrudan ilişkilidir. Santich (2004) bir ülke ya da bölgede üretilen yiyecek ve içecek türünün gastronomi karakterini belirlemede etkili olduğunu ifade etmektedir. Dünyada her mutfağı diğerlerinden ayırt edecek temel bazı özellikleri söz konusudur.

Hatay mutfağı da, yörenin birçok medeniyete sahiplik yapması nedeniyle önemli bir birikime ve zenginliğe sahiptir. Hatay tarihine kısaca bakacak olursak, Orta Paleolitik döneme kadar uzanan uzun bir süreci kapsamaktadır. Orta Paleolitik dönemden sonra üst Paleolitik, Neolitik, Kalkolitik ve Bronz çağlarında da yerleşmelere rastlanmıştır. Bronz çağından sonra M.Ö. 1800-540 tarihleri arasında Akadlar, Babiller, Hurriler, Mitani, Mısırlılar, Hititler, Asurlar, Sami-Aramiler, Persler bölgede hâkimiyet kurmuşlardır. Bundan sonra İskender bölgeye hâkim olmuş ancak ölümü üzerine bölge Seleukoslar'ın daha sonrada Persler'in egemenliğine girmiştir. Daha sonra Roma, Bizans, Alevi Hamdaniler (Halep), Haçlılar, Memlûklüler ve Yavuz Sultan Selim'in Mısır seferi sonunda 1516 yılında da Osmanlı egemenliğine girmiştir. 1918 yılında Fransızlar işgali altındaki kent 1938 yılında bağımsız Hatay devleti olarak karşımıza çıkar. En son olarak 1939 yılında Türkiye Cumhuriyeti sınırlarına girmiştir. Geçmişte ve bugün Asya, Afrika ve Avrupa arasında bir köprü olmasından dolayı insanın hem biyolojik hem de kültürel evriminde rol oynayan önemli merkezlerden biri olmuştur (Türk, 2002, s. 19). Farklı kültür ve dinleri bir arada barındıran Hatay, dünyanın en eski yerleşim birimlerinden biridir. Hatay değişik etnik ve kültürel yapılanmaların etkisinde kalmış ve yüzyıllardır süregelen bir mutfak kültürü yapısı oluşmuştur. Bu kültürün şekillenmesinde Arap, Ermeni, Süryani, Türk ve yörede hüküm süren diğer medeniyetlerin birikimlerinin önemli etkileri olmuştur.

Hatay mutfağında ilk akla tat vericiler (tıbbi ve aromatik bitkiler) gelmektedir. Hatay'da doğal olarak yetişen 2000 den fazla çiçekli bitki türü bulunmaktadır. Bu bitkilerin 300 kadarı endemik bitkilerdir. Hatay'da yetişen 2000'den fazla bitki türünün 550 tanesi tıbbi ve aromatik bitki olduğu tespit edilmiştir (İlçim, 2014, s. 30; Gökçe, Sunar ve Türkoğlu, 2017). Tıbbi ve aromatik bitkilerin kullanım alanlarına bakıldığında yiyecek-içecek amaçlı kullanımın yanı sıra baharat, tedavi, eczacılık, gıda, parfümeri- kozmetik, insektisit ve bitkisel boya olarak da faydalanılmaktadır. Hatay Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi Türkiye'de alanında ilk ve tek olma özelliğine sahiptir (Gökçe, Sunar, Türkoğlu, 2017). Bu bitkiler yörede farklı firmalarca (aktarlar, bitki satıcıları, gıda işletmeleri, halk pazarları) satışı yapılmaktadır. Hatay mutfağının zenginleşmesinde doğal alanlarda yetişen bu bitkilerinde önemli katkısı bulunmaktadır.

Nar ekşisi ve zeytinyağı da Hatay mutfağında kullanılan doğal ürünlerden biridir. Ekim ve kasım aylarında nar tanelerinin ezilerek çıkarılan suyunun kaynatılmasıyla oluşan nar ekşisi Hatay mutfağında dolmalardan salatalara hemen her yerde kullanılan doğal bir üründür.

Süt ürünlerinde de kendine özgü bir yapıya sahip olan Hatay mutfağı özellikle cara çökeleği ve sürk peyniriyle meşhurdur. Yine Anadolu'nun birçok yerinde yapılıyor olsa da aroması ve üretim tekniklerinin farklı olması nedeniyle dil peyniri, çökelek, örgü peyniri, sünme peynir de Hatay'ın doğal süt ürünleri arasında yer almaktadır. Ayrıca hem keçi hem inek sütünden yapılan tuzlu yoğurt meze olarak ve çorbalarda kullanılan geleneksel ürünlerden biridir.

Süt ürünleri dışında tatlı ve ceviz, turunç, patlıcan gibi reçeller, Hatay mutfağının vazgeçilmez geleneksel yiyeceklerindedir. Tatlıları arasında yer alan künefenin yemek kültürü içindeki yeri azımsanmayacak önemlidir. Hatay'da künefe üretiminde kullanılan ham madenin üretiminden tüketimine kadar geçen süreçte pek çok geleneği bir arada görmek mümkündür (Şahin, 2012, s. 12)

Yukarıda bahsedilen her bir ürün ve daha fazlası Hatay'ın geleneksel ürün üreticileri, çiftçileri, ev hanımları vb. kişiler tarafından üretilmekte ve semt pazarlarında, yöresel marketlerde özellikle Antakya Uzun Çarşıda yerel halka ve yöre mutfağına ilgisi olan müşterilere ve turistlere sunulmaktadır. Yöresel lezzetlere ve tarihe olan ilginin artması Hatay mutfağının da ön plana çıkmasına neden olmuştur. Bu durum Hatay'a gelmeden bu ürünlere ulaşma talebini de artırmıştır. Yöresel gıdaların internet üzerinden satışların gelişimine katkı sağlamıştır. Bu durum Hatay'ın tanınmasına ve markalaşmasına önemli katkı sağlamaktadır. Çünkü dünyada pek çok yerel ürün coğrafi adı ile tanınmaktadır. Ürün ve kalitelerini buldukları yerin özgün doğal koşulları ya da beşeri faktörünün bilgi, beceri (knowhow), deneyim ve geleneklerinden alan bu tipik ürünler yöresel ürün olarak adlandırılmaktadır (Tekelioğlu ve Demirel, 2008; Vittori, 2010). Örneğin Giresun fıındığı, Kars kaşarı, Malatya kayısısı, Aydın İnciri, Taşköprü sarımsağı, Hatay künefe peyniri, Türkiye coğrafyasına ait yerel ürünlerdir. Coğrafi İşaret, bir malın coğrafi kökenini gösteren veya kullanılan bir unsur, madde, motif, malzeme ya da usul sebebiyle bir alana, yöreye yahut ülkeye atıfta bulunarak o mala

istek ve güven duyulmasını sağlayan ad veya işarettir (Türk Patent Enstitüsü [TPE], 2004, s. 49). Aşağıda Hatay'ın coğrafi işaretle ilgili başvuruların son durumuna ilişkin tablo yer almaktadır.

Tablo 1. Hatay'da coğrafi işaret başvurusu yapılan ürünlerin listesi

Hatay Sürk Peyniri (2farklı Sürk türü)	Hatay Yöresel Zeytin Çeşitleri	Defne Meyvesi Yağı
Hatay İpeği	Yayladağı Lokumu	Hatay Zahteri
Hatay Defne Sabunu	Sakit Kayısı	Samandağ Biberi
Antakya Künefesi	Hatay Carra Peyniri	Hatay Kabak Tatlısı
Künefe Peyniri	Hatay Ney Kamışı	Andak Balı
Tuzlu Yoğurt	Hatay Nar Ekşisi	Hatay Defne Sabunu
Antakya Künefesi	Belen Kömürçukuru Pekmezi	Kırıkhan Havucu

Schneider ve Ceritoğlu (2010) araştırmalarında yöresel ürün imajının tüketicinin satın alma davranışını etkilediğini ve buna bağlı olarak da yüksek fiyat ödeme eğilimi üzerinde de etki yaptığını ortaya koymuşlardır.

Ancak yukarıda yöresel ürün ve yemek kültürü üzerine gösterilen tablo, günümüzde küreselleşme, rekabet gücü, küçük esnafın büyük üreticiler karşısında yok olması, günlük yaşam şartlarının kişiyi daha hızlı yemek yemeye ve hazıra alıştırmaya, restoranların yiyecekleri asıl tariflere göre değil gelişigüzel hazırlayıp sunması, yeni neslin bu tatlarda uzak büyümesi ve tanımaması gibi nedenlerden ötürü negatif yönde bir hal almaya başlamıştır. Özellikle Hatay yöresel ürün üreticilerinin üretim aşamasında geleneksele biraz daha bağlanması, hijyen kurallarını daha çok dikkate alması ve sürdürülebilirlik politikalarına uygun faaliyetler edinmesi gerektiğini söylemek mümkündür. Çünkü hiçbir yemek, malzemesi iyi olmazsa lezzetli olamaz. Hele ki Hatay gibi köklü ve muazzam mutfağın parçası olan yemeklerin olmazsa olmazı yöresel ürünlerdir ve mutfağın sürdürülebilirliği aşamasında bu ürünlerin üreticilerinin rolü yadsınmaz bir gerçektir. Bu amaçla yöresel ürünlerin üretiminden satışına kadar geçen süreçte sürdürülebilirlik bileşenlerini ne denli gerçekleştirildiği, bu konuda üreticilerin geleceğe yönelik faaliyetlerini nasıl yapılandığı, özellikle geleneksel lezzetlerin korunmasında ve devam ettirilmesinde ne şekilde bir çaba sağladıkları ve tüm bunların gastronomi turizmine olan etkileri ortaya konulacaktır. Bunun için araştırma deseni olarak fenomenoloji, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış mülakat ve gözlem tekniği kullanılarak yerel ürün üreticileriyle konu üzerine tecrübeleri hakkında mülakatlar yapılarak yaşanmış tecrübelerin ifade edilmesinin tanımlanması, kendi bakış açılarıyla nasıl anlamlandırıldığı araştırılacaktır.

3. YÖNTEM

Nitel araştırma, çeşitli yeni bilgi edinmek veya bilinen bazı bilgileri doğrulamak, fenomenleri araştırmak için ve geçmişte kazanılmış öğrenilmiş bilgileri tamamlamak için kullanılan yöntemlerdir (Neuman, 2007). Araştırma metodu olarak nitel araştırma yöntemi uygun görülmüştür. Araştırmanın deseni fenomenoloji, veri toplama yöntemi mülakat, analiz ise fenomenolojik ve betimleme analiz yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Fenomenoloji yani olgu bilim, olgunun birey tecrübelerini de kapsayarak tanımlanmasıdır yani bir tecrübenin esasen ne olduğuna ilişkin bakış açısı sağlamaya çalışır (Baş ve Akturan, 2017). Fenomenolojik çalışma birkaç kişinin bir fenomen veya kavramla ilgili yaşanmış deneyimlerin ortak anlamını tanımlar, bu tanımlar onların neyi, nasıl deneyim ettiklerinden oluşur yani sadece betimleme değil, araştırmacının tecrübelerin anlamına ilişkin yorum yaptığı yorumsal bir süreçtir (Creswell, 2016; Moustakas, 1994).

Yaşanmış tecrübelerin derinlerdeki anlamlarını araştıran, araştırma deseniyle yerel ürün olgusunun, yemek kültürü ve bu kültürün sürdürülebilirliği ile olan ilişkisini bu konuda tecrübesi olan insanlarla görüşerek ortaya çıkarmak araştırmanın amacıdır. Fenomenolojinin de amacı tecrübelerle ilişkin olarak daha derin ve daha geniş bir anlayış-kavrayış sağlamak, kritik bir düşünme süreci ve tecrübelerin temel özelliklerini açığa çıkarmaktır (Baş ve Akturan, 2017; Creswell, 2016)

Tecrübe fenomenolojide temel bir kavramdır çünkü her olgu bir tecrübeye tabidir, olgunun şekillenmesi için kişilerin kendi kelimeleri, yaşanmış tecrübeleri gereklidir (Jasper, 1994). Ayrıca yöntemin olguların önemini ve doğasını anlamak için yaşanmış tecrübelerin yapısını tanımlamaya çalışması nedeniyle araştırmamızın amaçlarına uygun bir yöntem olarak belirlenmiştir.

3.1. Örneklem ve Veri Toplama

Fenomenolojide tecrübe doğrudan ilk elden araştırmaktır, yani tecrübeyi yaşamış ya da yaşayan kişilerden veri toplanmalıdır (Baş ve Akturan, 2017, s. 91). Bu nedenle yerel ürün üzerine deneyimi olan kişiler çalışmanın örnekleme olarak seçilmiştir. Olguya ilişkin geniş bir bakış açısı ve büyük bir resim sunan yöntemde kimin araştırılacağına belirlenmesi önemlidir çünkü başlangıç noktası kişiler, tecrübeler, olduğundan bu tecrübeleri edinen ya da yaşamakta olan kişiler araştırmanın örneklemini oluşturur. (Baş ve Akturan, 2017). Burada örneklem sayısı için en önemli parametre kişi sayısının fazla olması değil daha fazla ve kaliteli bilgi edinmektir (Sanders, 1982). Bu durumda örneklem hacmini genişletmek yerine en iyi bilgilerin nasıl elde edileceği üzerine çalışılmalıdır bu nedenle örnekleme stratejisi, amaçlı örneklemdir ve tesadüfi değil bilinçli olarak seçim yapılır, sayı için kesin bir veri olmamakla beraber 5 ile 25 arasında değişen sayıda yapılması gerektiği belirtilir (Polkinghorne, 1989; Baş & Akturan, 2017). Bu çalışmada da geniş ve kaliteli bilgileri elde edebilmek adına bir ön değerlendirme yapılarak konularında bilgi sahibi ve derinlemesine tecrübeleri olan kişiler seçilmiştir. Bu bağlamda, yöresel ürün üretimi ve satışı yapan firma yetkilileri, yöresel ürün ve yemek hazırlayan restoran işletmecileri, ziraat, gıda mühendisleri, STK temsilcisi ve aşçılardan oluşan örneklem grubunda dokuz kişiyle yarı yapılandırılmış derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine görüşmenin amacı, görüşmecinin duygularını, bakış açılarını ve perspektifini derinlemesine keşfetmektir (Baş ve Akturan, 2017). Görüşme, kişilerin tecrübelerine, tutum ve davranışlarına, duygularına, inançlarına ilişkin bilgi toplamadan en etkili yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu anlamda örneklem olarak seçilen kişilerin tecrübeleri, tutumları, davranışları ve düşüncelerini elde ederek, yöresel ürün olgusu, üretimi ve bunun mutfak kültürünün sürdürülebilirliğine etkileri üzerine analizler gerçekleştirilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşmede, görüşmenin ana hatları belirlenir fakat soruların sırası, sorulma biçimi belirlenmeyip görüşmenin gidişatına göre değişiklikler yapılabilir. Hatta gerekirse bazı sorular çıkarılır ya da ilave edilebilir, araştırmacı daha esnektir (Yüksel ve Yüksel, 2004). İslamoğlu'na göre görüşme rahat ve esnek bir yapı içinde sürdürülmeli, sorulara alınan yanıtlara göre yeni sorular sorulabilmeli, araştırmacı mülakat boyunca gözlem yapmayı sürdürülerek tek başına bir veri toplama aracı olarak kullanılabilir (İslamoğlu, 2009). Görüşmede sorulacak soru sayısı hakkında bir kesinlik yoktur, araştırmanın içeriğine ya da görüşülen kişinin ifadelerinin açıklık derecesine göre 2-3 soru bile yeterli olabilmektedir. Kimi görüşmeler saatlerce sürerken kimileri kısa sürede bitebilir önemli olan araştırma amacının net bir şekilde belirlenerek, doğru soruyu doğru kişilere sorulmasıdır (Kozak, 2014). Çalışma sırasında 12 soru oluşturularak çalışmanın ana hatları belirlenmiştir ancak, gelen yanıtlara göre soru sayıları ve kalıpları değiştirilerek daha esnek bir yapıda görüşmeler gerçekleştirilmiştir, böylelikle konu hakkında ön görülmeyen çok farklı boyutlar ortaya çıkmış ve daha kapsamlı analizler yapılmıştır. Moustakas'ın belirttiği üzere analizlerde, mülakat dökümlerinde fenomenin nasıl deneyimlediği anlamayı sağlayan önemli açıklamalar cümleler ve alıntılardan oluşan anahtar ifadeler tanımlanıp ve bu ifadelerden hareketle anlam grupları çıkarılmıştır (Moustakas, 1994).

Yukarıda verilen ölçütler doğrultusunda elde edilen verilerin analizi hakkında ayrıntılar aşağıdaki bölümde belirtilmiştir.

3.2. Veri Analizi

Nitel araştırmalarda veri analizi çeşitlilik, yaratıcılık ve esneklik gerektirir ve her bir araştırmanın kendine özgü nitelikleri olabilir, analizlerde yeni yaklaşımlara ihtiyaç duyulabilir böylelikle var olan yöntemlerden araştırma için en uygun analiz planı geliştirilebilir. Yani nitel veri analiz yöntemlerinin bir standardı olamaz zira böyle bir durum araştırmacıyı sınırlayarak zengin, derinlemesine bir sonuç elde etmesini olumsuz yönde etkiler, önemli olan sürecin kapsamlı ve sistematik olmasıdır. Sistematik

olarak veriler betimsel bir yaklaşımla sunularak belirlenen temalar arasında ilişkiler ortaya çıkarılır. (Yıldırım ve Şimşek, 2013; Strauss, 1987).

Araştırmacı elde ettiği bilgiyi önemli ifade ve alıntılara indirger ve bunları temalar altında birleştirerek analiz eder daha sonra araştırmacı kişisel deneyimlerinin dokusal betimlemesini (katılımcıların neyi nasıl deneyim ettikleri) yapısal betimlemesini (koşul, durum ve içerik açısından nasıl deneyim ettikleri) ve deneyime ilişkin genel bir öze ulaşmak için de dokusal ve yapısal betimlemelerinin birleştirdikleri bir yapı oluşur (Creswell, 2016, s. 80). Anlamlar yorumlar bireyin hayata ve olaylara bakış açısını ortaya koymaktadır. Bu yöntemde tecrübenin gerçekte ne olduğuna ilişkin katıksız, kuramsal bir uzak görüşlülük sağlamak amaçlanmaktadır. Dolayısıyla fenomenolojik analize katılımcıların tecrübelerinin yani eldeki verilerin ötesine bakmak bir başka deyişle satır aralarını okumak gerekmektedir (Baş ve Akturan, 2017, s. 94). Ancak okuyucunun dikkatini dağıtmamak ve sistematik bir şekilde ilerlemek için araştırmanın amaçları ve hedefleri doğrultusunda verinin sadece gerekli olan kısımları analize dâhil edilmelidir. Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak için araştırmacı bizzat kendisi veri toplamalı ve kendi notunu almalı, ardından bulguların farklı kaynaklardan edinilen verilerle uyumuna bakılmalı. Görüşmenin hemen ardından metinlerin yazılı hale getirilip okunarak belirli başlıklar altında kodlamaların gerçekleştirilmesi, tekrar tekrar okunup başlıklar altındaki verilerin tutarlı olduğundan emin olunması çalışmanın geçerliliğine katkı sağlayacak unsurlardır (Kozak, 2014).

Yapılan araştırmada, yöresel ürün kavramına yönelik tecrübeler ve derin bilgilere sahip olan kişilerden seçilen örneklem grubundan çok yönlü ve salt bilgiler edinilmiştir. Söz konusu bilgiler dokusal ve yapısal olarak betimlenerek sistematik bir şekilde temalandırılmış ve bu temalar arasındaki ilişkileri anlamak vasıtasıyla yöresel ürünlerin Hatay mutfak kültürünün sürdürülebilirliğindeki yeri ve durumu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bundan sonraki bölümde araştırma bulgularına yer verilecektir.

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında yapılan derinlemesine mülakatlar sonucunda öncelikle Hatay yöresel ürünlerinin özelliklerini yitirmeden devam edebilmesi yönünde ciddi tehditler altında olduğunu söylemek mümkündür. Örneklem grubunun hepsi yöresel mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinde yöresel ürün üreticilerinin önemli katkılarının olduğu yönünde hemfikirler. Bu konuya Hatay'ın en önemli markalarından biri olan TEOFARM işletmecilerinin ifade etmiş olduğu söylemlerle başlamak yerinde olacaktır;

K1 "Hatay mutfağını tatmak istiyorlarsa, bu mutfağın devam etmesini istiyorlarsa bir defa bu mutfağı temsil eden ürünlerin üretilmesi gerekiyor yani siz ne kadar bu Hatay mutfağı tarifi deseniz de aynı tadı alamazsınız, işte o tadı birleştirmeyince o güzel yemek ortaya çıkmıyor. Dolayısıyla Hatay lezzetlerinin devam etmesi için ham maddenin devam etmesi gerektiğine inanıyorum. Böylece insanlar bunları deneyimlemek istiyorlar, bunları görmek istiyorlar, gidip yerinde yemek istiyorlar, hatta yapmak istiyorlar. Bunlar için de güvenilir ürünlerin üretilmesi gerekiyor. Hatta bunların tohumdan satışa kadar süreçlere dikkat etmek gerekir yani sadece bunu doğru yapan üretimi doğru yapan işletme değil, doğru yapan çiftçiye de ihtiyaç var. Çünkü bunların bir araya gelmesi gerekmekte; malzemeler, üretim şekli, sunuş şekli, bu da gastronomi için büyük bir fırsat yaratıyor."

Hatay'da yöresel ürün sağlayıcılarını üç kısma ayırmak mümkündür; kendi yetiştirdikleri veya ürettikleri ürünleri kendi markaları altında satanlar, çiftçiden alıp sadece paketleyip kendi markalarıyla satanlar, çiftçiden veya köylüden alıp market ya da pazarlarda açık olarak satanlar.

1. *Kendi yetiştirdikleri veya ürettikleri ürünleri kendi markaları altında satanlar:* Hatay'da bu şekilde yöresel ürün sağlayan firmalar çok az. Ancak işini en iyi ve en doğru biçimde yapanlar ise bu yönde markalaşan işletmelerdir. Bu işletmelerin temel özelliği markalaşmaya, ar-ge çalışmalarına, gıda hijyen ve güvenliğine en önemlisi Hatay mutfak kültürünü ve ürünlerini hakkettiği yerlere getirme uğraşlarıdır. Bu anlamda TEOFARM kendi arazilerindeki ürünleri yapmış olduğu yenilikçi yaklaşımlarla işleyerek, kendi markalarını yaratıp büyük marketlerin raflarında yerelliğini koruyarak yer almaktadır.

Ayrıca, Sultan Sofrası gibi örnek verilebilecek bazı işletmeler ise yöresel yemek sunan restoranlar arasında olup, hammaddeyi satın alıp depolayarak, ürünü işleyerek kendi markalarıyla tüketiciyle buluşturmaktadırlar. Yanıtlayıcıların bu konudaki çalışmaları aşağıda yer almaktadır,

- Markanın tanınırlığı ve güvenilirliği için birçok çalışmada bulunduk, web sitemizi açtık, satış mağazamızı açtık
- Satış kanalı oluşturduk
- Üretim politikamız öncelikle ürettiğimi ürünleri kendi arazimizde üretmek dolayısıyla tohumdan toprağa, topraktan son ürüne kadar bütün aşamaların izlenebilir olması yönündeydi. Bu amaçla üretim desenini değiştirdik.
- Önce bilgiye dayalı bir üretim olması gerektiğine inanıyorum, her zaman yapılan ürünlerde hep bir göz kararı vardır hep söyle olur böyle olur diye bilimsel olmayan tarifler vardır. Biz önce bu tarifleri kayıt altına aldık denedik, küçük araştırma mutfağımızda, kendi mutfağımızda bunları denedik ve sonuçta en iyi en uygun tarifi bulmaya çalıştık.
- Doğal koruyucu olarak limon tuzu, limon suyu gibi şeyler en büyük destekçimiz oldu. Ama onun dışında herhangi bir katkı maddesi kullanmıyoruz, bizdeki tamamen anneanne usulü, o yüzden üretim süreçlerini iyileştirmek çok denemeye az üretim, ama çok denetimle mükemmelere ulaşmak için böyle bir süreç izledik.
- Şirket olarak da büyümek, ama kontrollü bir şekilde yerelde kalarak, yerel lezzetleri insanlarla bir şekilde buluşturmak üzere birçok fikirlerimiz var. Önemli olan bu lezzetleri kaybettirmemek Hatay mutfağını devam ettirmek ve böylece de turistleri aslında Hatay'ya gelebilmek önemli amaçlarımızdan bir tanesi.
- Bizde bu yolda insanlara hem daha doğal hem de daha düzgün annemizin yaptığı yemekleri yapmayı hedefledik. O günden bugüne elimizden gelenin en iyisini en doğru reçetelerle sunmaya çalışıyoruz
- Mutfaktaki gizli kahramanlarımız bayanlarımız reçetelerimizi uyguluyor. Reçetelerimizi de kitap haline getirdik. Reçetelerin düzgün olmasına önem verdik şefler püf noktalarını vermezler ama biz tarifleri birebir uygularsanız tıpkı annenizin yaptığı gibi sonuçlara ulaşmanızı sağladık.

TEOFARM satış ve dağıtım alanı



2. İlk üreticiden alıp, paketleyip kendi markasıyla satış yapanlar

Bu kısma dahil olan satıcılar kendileri için küçük ölçekte bir marka yaratmış olup çok kurumsal işletmeler değildir. Genel olarak ürünün doğallığına ve hijyenine dikkat ediyorlar ancak ürünün kendilerine nasıl geldiğine dair çok fazla fikirleri yok daha çok hilesiz ürün olması için uğraş veriyorlar.

3. *Çiftçiden veya köylüden alıp market ya da pazarlarda açık olarak satanlar*
Buradaki satıcılar için marka, kurumsallık, hijyen kuralları gibi unsurlar hiç önemli olamamakla beraber hileli ürünler dahi satılabilmektedir. Daha çok gelir düzeyi düşük yerel halkın rağbet ettiği ürünlerdir. Yöresel ürünlerin sürdürülebilirliği konusunda tehdit oluşturmaktadırlar.

Yöresel ürünlerin sürdürülebilirliğinin mevcut durumu

Mülakatlarda yöresel ürünleri tehdit eden en önemli unsur tarım ile ilgili yapılan yanlış uygulamalar olmuştur. Özellikle daha çok ürün alınması adına yapılan yanlış ilaçlamalar, endüstriyelleşme çabası artarken yerelliği korumaya dikkat edilmemesi, çiftçinin bilinçsiz tutumu, fiyat baskısı, tohumların yerel olmaması ve denetimsizlik gibi unsurlar ürünlerin yerel kimliklerinin bozulmasına dolayısıyla mutfak kültürü içerisinde bulunan yemeklerinde lezzetlerinin değişmesine neden olmaktadır. Bu konuda bazı yanıtlayıcıların görüşleri aşağıdaki gibidir;

K2“Eskiden ürün daha kalın daha lezzetliydi. Şimdi kalmadı. Çiftçiler ilaç kullanıyor eskiden doğaldı. İçine biz ekstra bir şey katmıyoruz. Fakat çiftçinin yaptığı işlemleri bilmiyoruz. Bunu daha fazla ürün elde etmek için daha büyük ürün çıksın diye yapıyorlar. Bu sıkıntı. Yerelliğini kaybediyor ürün. Bende yapmam maliyetleri kurtarmaz. İlaç yapmayacaksan çiftçi olma. Doğal ürünle olmaz. Devlet kredi verecek ya da yurtdışından ürün getirmeyi yasaklayacak ki doğal ürün yetişsin.”

K1“Bugün siz yerel tohumları ektiğiniz zaman endüstriyel tohumlara göre verime baktığınız zaman yarı verimi veya üçte bir verimi alıyorsunuz. Bu çok büyük bir gerçek eğer pazarda tüketici bunu ayırt etmiyorsa, yerel tohumlara gereken maddi değeri gereken sahiplenmeyi göstermiyorsa üretici de bunu üretmekten vazgeçiyor. Üç katı üretebileceği üç katı verim alıp üç katı para kazanabileceği bir ürün varken, zarar edebileceği bir teknik kullanmayı istemiyor. Böylece de bu tohumlar ve üretim şekli ortadan kalkıyor.”

K3“Kalite bozulursa damak tadı bozulacak, herkes yöresel ürün istiyor ama aradaki fiyat farkına katlanmak istemiyor gereken değer verilmiyor, halkın bilinçlenmesi gerekiyor. Hatay iyi tarıma çok sıcak bakmıyor, bu bölgede insanlar ürünlerinin bir kısmını kendi için bir kısmını satmak için üretiyor. Sattığı yere basıyor ilacı biz çiftçiye iyi tarım uygulamalarını öğretmeliyiz. Böylece yerel tatları koruyabiliriz.”

K4“Kendi tohumumuzu kendimiz üretirsek o zaman devamı olur. Çünkü kısır tohumla bu iş olmaz”

K9“Hatay dışından gelen bu esnafın, insanları enayi yerine koyarak manda yoğurdunu Hatay manda yoğurdu, sıradan kaşarı Samandağ kaşarı, sıradan teneke peynirini Altınözü peyniri, plastik bidon tulum peynirinin Yayladağı tulumu, Antep fıstığını Yayladağı fıstığı vs. diye insanlara yutturmaya kalkışmaları da olayın bir başka boyutu, yaşanan bu olayları çoğaltmamız mümkündür”

Hammaddenin tedariki dışında, ürünlerin işlenmesi ve satılması sırasında gıda güvenliği ve hijyen konusunun çok büyük bir sorun olduğuna dair tüm katılımcılar hemfikirdir. Bu konudaki görüşler şöyle sıralanabilir;

K5“Buradaki en büyük sorunlardan biri gıda hijyeni ve gıda güvenliği bu en büyük sorunumuz. Bazen hastalıkların kaynağı yöresel ürün olabiliyor. Çünkü çok kaynatmakla toksin maddeler oluşabilir bilmeden tüketebiliriz. Mesela hijyen açısından güvenli üretmiyorsa burusella olabiliyor. Yaptığım araştırmada şuanda Hatay’da satılan sürüklerin %13’ünde antibiyotiğe dayanaklı patojen bakteri var.”

K6“Denetim şart hijyen için, yemek yediğin yerde hamam böceği oluyor. Dükkanlar küçük esnafın haklı, teşhir etmek mümkün değil. O yüzden yıkık ve kirli. İnsanlar kendi evinde yediği ürün gibi üretim yapan yerlerden alırsa bu iş devam eder.”

Sürdürülebilirlik konusunda yukarıda bahsedilen yanlış tarım uygulamaları, iklim değişiklikleri önemli tehditler arasındadır ayrıca genel olarak genç neslin ilgisizliği, modern hayatın insanlığı etkisine alması gibi durumlar da söz konusudur örneğin;

K5“Üniversitenin gelişiyile birlikte öğrenci popülasyonunun artması, akabinde süpermarketlerin açılması, geleneksel ürünlerin üretimi %50 azalmıştı. Zülüflühan’da ki kendi yerel halkı bile artık geleneksel ürün üretmek istemiyor. Mesela salça yapmak yerine bakkaldan salçayı almak daha iyidir diye düşünüyor. Dolayısıyla marketlerin gelmesi evdeki geleneksel gıda üretimini olumsuz etkiledi. Üretenlerde 40 yaş ve üst. Genç nesil yapmıyor.”

K7“Adı unutulmuş yüzlerce meze, tatlı, hamur çeşitlerimiz var burada en büyük görev yerel idareci ve akademisyenlere düşüyor. Üniversitenin çaba sarf etmesi gerekiyor. Atölye çalışmaları yapmak lazım”

K4“Hatay yemekleri ticari kapsamda düşünüldüğü için orijinalleri unutulacak. Hep belirli yemekler sunulmakta herkes rağbet gören şeyi satmak ister. Sonuçta herkes ticaret odaklı bakar.”

Yapılan mülakatlar sonucunda edinilen verilerden derlenen yöresel ürünler hakkındaki sorunlara yönelik analiz aşağıdaki gibidir. Burada öncelikle sorunlar kategorize edilmiş akabinde, her bir kategorinin altına girecek sorunlar listelenmiştir.

Tablo 2. Hatay yöresel ürün sorun analizi

Hatay Yöresel Ürün Sorun Analizi	
Tarım	Bilinçsiz tarım ilacı kullanımı Tarım arazilerinin çok ortaklı olması Tek çeşit endüstriyel üretim Verimli arazilerde inşaat yapılması Yerli tohum kullanılmaması Belirli standartların olmaması Denetim eksikliği Devlet teşviki İklim değişikliği Aracılar İş gücü eksikliği Ziraat ve gıda mühendislerinin çalıştırılmaması İyi tarım uygulamalarının bilinmemesi Ziraat ilaçlarının çok kolay temini Geleneksel yöntemlerden daha az verim alınması
Fiyat	Yüksek maliyetler sonucu olan yüksek fiyatlar Fiyat politikalarında tutarsızlık
Mevzuat	Denetim olmaması Gıda kodekslerinde yöresel ürünlerin olmaması Devlet teşviklerinin olmaması Devlet politikalarının yeterince uygulanmaması Yöresel ürünlere uygun tebliğlerin olmaması
Eğitim/Bilinç	Halkın bilinçsizliği Tüketici bilinçsizliği Üretici bilinçsizliği Yöresel ürüne gereken değerin verilmemesi Yerel tüketicilerin beklentileri farklı Geleneklerden uzaklaşıp modern hayatın akışına katılmak

	Yoğun iş temposu Hızlı yemek kültürünün benimsenmesi Bilgi eksikliği
Sürdürülebilirlik	Çevreye duyarsız üretim Hileli üretim Genç neslin ilgisizliği Şehrin yerel dinamiklerinin işbirliği yapmaması Çok başlılık
Pazarlama /Tanıtım	Markalaşma çok az Olan markaların 825güvenilirliği az Satış kanallarının azlığı Genel olarak niş pazarlama yapılması Tanıtımın çok az web siteleriyle yapılması Reklam yapılmaması Büyük pazara girişteki sıkıntılar Pazarlama konusunda bilinçsizlik İmaj çalışmalarının olmaması Sorumusuzca yapılan tanıtım programları
Ekonomi	Tüketicinin gelir düzeyinin azlığı Çiftçinin emeğinin karşılığını alamaması
Gastroturizm	Belirli ürünlerin öne çıkarılması Yemek kültürünün çok yüzeysel gösterilmesi Birçok hileli ürünün turistlere yerel diye yüksek fiyatlarda satılması Ticari kaygılarla yapılan aslına uygun olmayan yemekler Hatay tanıtım günlerinde kalitesiz ve hileli ürünlerin satışı
Ürün Özellikleri	Dağınık olması Çeşitliliğin az olması Standardizasyonun olmaması Seri üretime geçilen yöresel ürünlerin yerel niteliklerini yitirmesi Raf ömrünün az olması Ar-ge çalışmalarının olmaması HACCP uygulamalarının çok az olması Hileli üretim

Her ne kadar yöresel ürünlerin önünde olumsuz bir tablo görünse de bu konuda olumlu gösterilebilecek bazı noktalarda mevcuttur. Hatay yöresel ürünler hakkında fırsat analizi aşağıda yer almaktadır.

Tablo 3. Hatay yöresel ürün fırsat analizi

Yöresel Ürün Fırsat Analizi	
Tarım	Verimli Tarım arazilerinin olması Bir sezonda aynı araziden çok çeşitli ürünlerin hasat edilebilmesi (Pamuk, mısır, biber, buğday, soğan)

Kültür	Hatay'ın çok kültürlü olması Gelenek ve göreneklerinde özel yemeklere sahip olmaları Birçok dinin bir arada yaşaması ve bu dinlere özgü yemek ritüellerinin bulunması Yaşlı neslin yemek kültürüne ve bağlı olması
Pazarlama Tanıtım	Mutfak tanıtımına yardımcı Web sitelerinin kurulması Online satışların artması Marka olma çabalarının başlaması Marka güvenilirliği çalışmalarının başlaması
Ekonomi	Turizme katkı sağlar İstihdam sağlar Bölgeye gelir getirir Başarılı markalar tanıtım sağlar
Yenilikçi yaklaşımlar/ Sürdürülebilirlik	Ürün akış şemalarının yapılmaya başlanması Raf ömrünü uzatmak için koruyucu kullanılmaması için çalışmalara başlanması Doğal koruyucu maddelerinin denenmesi HACCP uygulamalarının bazı üreticilerce benimsenmesi Uygulama mutfaklarının oluşturulmaya başlanması Ürünlerin kayıt altına alınması Ürün çeşitlendirme çabası
Turizm	Destinasyon markalaşmasına yardımcı olur Gastroturizme katkı sağlar

5. SONUÇ

Araştırma sonucunda; yöresel ürünlerin ve bu ürünlere bağlı mutfak kültürünün korunması ve gelecek nesillere aktarılması konusunda üreticilerin çok umutlu olmadığı söylenebilir. Bu konuda çok yönlü çalışmalar yapılması gerekmektedir. Üretimden (tarım), eğitime, mevzuata, pazarlamaya kadar birçok uygulamanın hem yöre halkı, hem üreticiler-tüketiciler hem de yerel-ulusal yönetim tarafından eşgüdümlü şekilde hayata geçirilmesi gerekmektedir. Söz konusu olabilecek uygulamalar ile ilgili öneriler aşağıda sıralanmıştır.

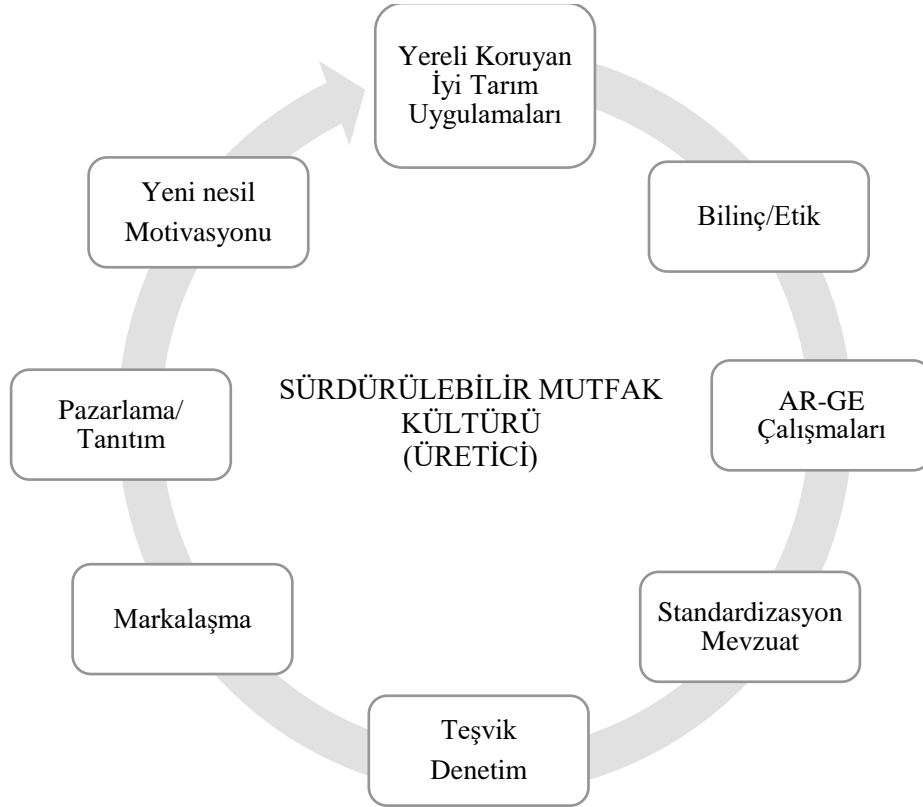
Tablo 4. Yöresel ürün sürdürülebilirliği için öneriler

Yöresel Ürünlerin Devamlılığı İçin Öneriler	
Tarım	Üretimi doğru yapan çiftçi yetiştirmek
	Yerli tohum kullanılması
	İyi tarım uygulamalarının benimsetilmesi, ziraat mühendisleriyle çalışılması
	Tarımda denetimlerin sağlanması
	Kıymetli arazilere imar izni verilmemesi
	Gıda kodekslerinde yerel ürünler için bir başlık oluşturulması
	Tebliğ olmayana ürünlerin tespiti ve uygun tebliğlerin yapılması
	Devlet politikalarının iyileştirilmesi ve destek sağlanması

Mevzuat	Yerel üreticiler için yasaların düzenlenmesi
	Gıda güvenliği ve hijyeni konusunda denetimlerin artırılması ve sıkı bir şekilde uygulanması
	Hileli ürünlerin cezalandırılması üreticilerin etik kurallar dışına çıkmaması
Üretim	Bilgiye dayalı üretim yapılması
	Yerelliğini kaybetmeden ürünün endüstrileşmeye adapte edilmesi
	Küresel düşünüp yerel hareket etmek
	Satış ve üretim koşullarının iyileştirilmesi
	Ar-Ge faaliyetlerinin geliştirilmesi ve bu konuya uygun laboratuvarların oluşturulması
	Standardizasyonun sağlanması
	Üretim tekniklerinin yerelliği koruyacak şekilde güncellenmesi
	Tohumdan sofraya kadar kritik kontrol noktalarının oluşturulması
Sürdürülebilirlik	Tüketicinin bilinç düzeyi ve farkındalığının artırılması
	Popüler kültür olan ürünler dışında yerele sahip çıkılması
	Yeni neslin yöresel yemeklere ve ürünlere özendirilmesi ve bu konuda çalışmalar yapmaları
	Yerel dinamiklerin işbirliği içerisinde olması
	Coğrafi işaretlerin alınması
	Doğal ürünlerle raf ömrünün koruyucu madde kullanılmadan uzatılması
	Ticari kaygıların azalması
	Yöresel ürünlerin can alıcı niteliklerini muhafaza ederken üretim süreçlerinin de endüstrileşmesini amaçlayan ulusal bir ekonomi projesi olması
Pazarlama	Güncel imaj probleminin aşılması ve medeniyetler birliği imajının tekrar aşılması
	Örnek markaların çıkararak başkalarını harekete geçirmesi
	Yapılan ürünleri doğru tanıtıp satışını ve buna bağlı olarak üretim kalitesini arttırmak
	Kurumsal markaların ve işletmelerin çoğalması

Yukarıda yer alan analize yönelik faaliyetlerin yapılmaması ve farkındalığın oluşmaması durumunda, orta ve uzun vadede, şu an yaşanan neslin tükettiği birçok lezzetin unutulması hatta yok olma ihtimali oldukça yüksektir. Yereli, bilimle birleştirip ürünün özelliklerini kaybetmeden nesiller sonrasına bırakmak ve hatta endüstriyel üretime geçirip küresel ekonominin bir parçası haline dönüştürmek iyi bir modelleme ile mümkün olabilir. Bunun için önce üreticilerin bilinçlendirilerek, bilim insanlarının ve uzmanlar ile bir araya getirilmesi ve AR-GE çalışmaları yapması doğru ürünlerin üretilmesi ve gelecek nesillere aktarılması açısından gerekli görülmektedir. Ticari kaygılara bağlı olarak ortaya çıkabilecek sorunların en aza indirilmesi için etik kuralların ortaya konulması gerekmektedir. Bu sayede yüzlerce ürün ve yemeğe sahip olan Hatay gastronomi ürünlerine sahip çıkılabileceği öngörülmektedir. Böyle bir model ile gerek Hatay gerekse benzer değerlere sahip yörelerin değerlerin yok olmasının önüne geçerek, mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinin sağlanması mümkün olabilir. Aşağıda yer alan yöresel ürün üretimi üzerine oluşturulan model bu konuda yol gösterici bir model olarak önerilmektedir.

Şekil 1. Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirlik Döngüsü



Yukarıda yer alan şekil 1’de yerel mutfak kültürünün sürdürülebilirliği için üretici temelli bir bakış açısıyla geliştirilen döngüye, yereli koruyan iyi tarım uygulamaları ile başlamak gerekmektedir. Bu bileşen yerli tohum kullanma, doğru ilacı doğru zamanda kullanma, tarım arazilerinin korunması gibi faaliyetleri içermektedir. İyi tarım sayesinde iyi mahsul elde edilir ve iyi mahsul işlenerek mutfak kültürünün en küçük yapı taşı haline alır. Tabii ürünün işlenmesi sırasında ortaya çıkan maddi kaygılar, ya da bilinçsizce yapılan etik dışı uygulamalar nedeniyle ürün yerel özelliğini büyük ölçüde kaybedebilir. Bu nedenle iyi tarım uygulamaları bileşenin ardından, bilinç/etik bileşenin gerekliliği söz konusu olmuştur. Üreticinin, mahsulü işleme sırasında, geleneksel yöntemlere bağlı kalırken çağın getirdiği yenilikleri de kullanması gerekmektedir. Bu bağlamda, uzmanlar vasıtasıyla yapılacak araştırma geliştirme çabaları, yerelliği bozulmadan bilimsel yöntemlerle geleceğine de sahip çıkılan ürünlerin oluşmasına vesile olacaktır.

Ancak modelde üreticilerin dışında dış faktörlerin de yöresel ürünlerin devamlılığında yer aldığı söylenebilir. Özellikle ürünlerin standart bir hal alması ve mevzuat içerisinde yöresel ürünlerinde kendine yer edinmesi gerekmektedir. Bunun için ayrıca devletin teşvik aracını bu alanda daha etkin kullanması ve denetimlerini de aksatmaması gerekmektedir. Böylece devlet teşvikiyle harekete geçen üretici belirlenen mevzuat doğrultusunda ne yaptığını bilerek hareket eder, kendi geleceğini garantiye alırken ürünlerin dolayısıyla mutfak kültürünün de sürdürülmesi yönünde en önemli aktör haline gelir.

Bu süreçlerin ardından yöresel ürünlerin ve yemeklerin sadece yerelde kalmaması başka alanlara açılması adına önce markalaşması gerekmektedir. Markalaşma bileşeniyle ürünler farklılıklarını ortaya koyarak tüketicilerin gözünde elde ettikleri değerle hem maddi hem de manevi olarak hak ettikleri ilgiyi elde edebilirler. Markalaşma çabasının ardından ürünlerin hedef pazarları ve satış kanalları tespit edilmeli, özellikle ar-ge çalışmaları esnasında ürünlerin yerelliği ve organikliği bozulmadan hangi pazara nasıl dağıtımı yapılacağı belirlenmelidir. Son olarak yeni neslin mutfak kültürüne sahip çıkması, kültürün devamlılığını sağlaması oluşturulan modelin yeniden döngüye başlamasında kilit faktördür. Yeni nesil bu anlamda yeterli motivasyona sahip olmazsa söz edilen diğer bileşenleri

gerçekleştirecek kişiler olmayacaktır bu da orda vadede yöresel mutfak kültürünün sürdürülmesi tehlikeye girmesine neden olacaktır. Bu anlamda yeni neslin bilinçlendirilmesi ve eğitilmesi hayati bir öneme sahiptir.

Bu çalışmada, Hatay'ın yöresel mutfak kültürünün sürdürülebilirliğinde ürün üreticilerinin rolü incelenmiş olup, konu hakkında Hatay'ın mevcut durumu ortaya konulmuştur. Söz konusu durum üzerine bir Yerel Mutfak Kültürünün Sürdürülebilirlik Döngüsü geliştirilerek, yörenin mutfak kültürünün gelecek nesillere aktarılmasında etkili olabilecek bileşenler ortaya çıkarılmıştır. Araştırma, bu konuda çalışma yapan araştırmacılara ve özellikle üreticilere katkı sağlayıcı niteliktedir. İleride yapılacak araştırmalarla ve ortaya çıkan yeni gelişmelerle daha da ilerletilebilir.

KAYNAKÇA

- Babat, D., Gökçe, F., & Kocabozdoğan, K. (2016). Hatay'da farklı bir lezzet: Kabak tatlısı. *Journal of Gastronomy and Tourism Studies*, 5(2), 77-85.
- Balcı, J. (2010). *Antakya ve yemekleri*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Baş, T., & Akturan, U. (2017). *Sosyal bilimlerde bilgisayar destekli nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin.
- Beşerli, H. (2010). *Yemek, kültür ve kimlik*. Ankara: Milli Folklor.
- Creswell, J. W. (2016). *Nitel araştırma Yöntemleri beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Demirer, R., & Tekelioğlu, Y. (2008). Küreselleşme sürecinde, yöresel Ürünler ve coğrafi işaretlerin geleceği. *İGEME'den Bakış Dergisi*(36), 87-102.
- Gökçe, F., Sunar, H., & Türkoğlu, A. (2017). Doğal Çevrenin Korunmasında Bitki Müzelerinin Etkisi: Hatay Tıbbi ve Aromatik Bitkiler Müzesi Örneği (Effects of Plant Museums on The Protection of Natural Environment; Example of Hatay Medical and Aromatic Plant Museum). *International Congress on Cultural Heritage and Tourism 19-21 May*. Konya: Selçuk Üniversitesi.
- İlçim, A. (2014). *Hatay Tabiat Şifahanesi*. Hatay: T.C. Hatay Valiliği.
- İslamoğlu, H. (2009). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta.
- Jasper, M. (1994). Issues in phenomenology for researches of nursing. *Journal of Advanced Nursing*, 19, 309-314.
- Kozak, M. (2014). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological reserach methods*. Thousand Oaks CA: Sage.
- Neuman, L. (2007). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*.
- Polkinghorne, D. E. (1989). Phenemenological research methods. R. S. Valle, & S. Halling içinde, *Existential-phenemenological persoectives in psychology* (s. 41-60). New York: Plenum Pres.
- Sanders, P. (1982). Phenomenology: A new way of viewing organizational research. *Academy of Management Reviev*, 7(3), 145-179.
- Schneider, K., Bahar, A., & Ceritlioğlu, G. (2010). Yöresel ürün imajının tüketici satınalma davranışı ve yüksek fiyat ödeme eğilimi üzerindeki etkisi - İstanbul ilinde bir uygulama. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 6, 29-52.
- Strauss, L. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge, UK: University Press.
- Türk Dil Kurumu*. (2017, Ağustos). [www.tdk.gov.tr: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.59b132d9003802.54912479](http://www.tdk.gov.tr:32d9003802.54912479) adresinden alındı
- Türk Patent Enstitüsü. (2004). *Marka ve coğrafi işaret başvurularının hazırlanması marka ve coğrafi işaret işlemleri ile ilgili bilgiler ve gerekli belgeler*. Ankara: Yücel Ofset.

- Türk, H. (2002). *Nusavrilik (Arap Aleviliği) ve Nusayrilerde Hızır İnancı*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Vittori, M. (2010). The International Debate on Geographical Indications (GIs): The Point of View of the Global Coalition of GI Producers—oriGIIn”, , Vol. 13, No. 2, pp. . *The Journal of World Intellectual Property*, 13(2), 304-314.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yüksel , A., & Yüksel, F. (2004). *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Turhan Kitabevi.

EVALUATION OF ECOVILLAGES IN TURKEY ACCORDING TO RURAL TOURISM

Aybike Ayfer KARADAĞ,
Düzce University Faculty of Forestry, Department of Landscape Architecture
ayferkaradag@duzce.edu.tr

A.Esra CENGİZ
Çanakkale 18 Mart University Faculty of Architecture and Design, Department of Landscape
Architecture

Demet DEMİROĞLU
Kilis 7 Aralık University Faculty of Engineering and Architecture, Department of Landscape
Architecture

ABSTRACT

One of the sources we often hear about in rural tourism today is eco-villages. Eco-villages are the collective spheres formed by conscious or traditional processes that are integrated in natural and cultural environments, which are the foreground of participatory cooperation. The purpose of this study is to claim that eco villages can contribute to rural tourism in Turkey. In this context, some examples of eco villages belonging to the Global Eco Village Network (GEN) in Turkey and / or local associations have been examined. As the result of the examinations, general features related to these eco villages were determined and tried to reveal the eco village situation in Turkey. As a result, proposals have been made for eco villages in Turkey to contribute to rural tourism.

Key words: Ecovillage, Rural Tourism, Tourism.

1. INTRODUCTION

Tourism is adding new resources every day. Today, with the impact of urbanization and industrialization, a natural life has longed to be, and natural and cultural properties and rural areas have become important tourism resources.

Rural tourism is described by the Council of English Tourism (2001) as a *"sustainable tourism that meets social and cultural needs of the people, promotes and protects the natural environment and buildings, providing economic benefits from tourism destinations"*. It should be noted that this definition also refers to the sustainability. In a definition made by European Union (1999), rural tourism is defined as (1999), rural tourism is defined as *"the whole settlement of small settlements where accommodation, catering and other services were provided to small-sized enterprises to the tourists aiming to have a good time with agricultural or domestic values as they expected"* (Kuşat, 2016).

Rural tourism can be considered as the most important component in the diversification of economic activities in rural development. Rural tourism, which has become an ideal holiday type for those who want to get away from urban life, also provides economic return for rural areas. It is clear that rural tourism is an important tool in eliminating regional imbalances except for the employment and income increase provided for rural areas (Dinçer, Türkay and Avunduk, 2015). Besides these, rural tourism offers important advantages in terms of protection of natural and cultural structure.

In Turkey, especially the five-year development plans and the rural development policies that are on the agenda, have begun to be addressed in a more comprehensive manner with the development plans afterwards. Especially the 8th Five-Year Development Plan has been put forward as a key factor in raising rural development, employment and income within the sustainable development policy. Taking into account the EU harmonization process, for the first time in the 9th Five-Year Development Plan, the Rural Development Action Plan has been prepared in line with the National Development Strategy within the 7-year plan covering the years 2007-2013. The main aim of this plan is to address rural development in multidimensional rather than agrarian and regional dimensions. Within the context of the adaptation process to the EU, it is also important to ensure that the agriculture and food sectors that are set forth in the Five-Year Development Plan have a competitive structure, diversification of rural

economy, development of rural infrastructure, development of rural settlements, development of agricultural practices, sustainable environmental practices rural development and rural tourism approaches (Dinçer et al., 2015).

Rural tourism in today's Turkey; as a tool, has taken its place as a policy in the plans. Rural development policies in Turkey were carried out without detecting a national strategy until 2006. For the first time, in 2006, the National Rural Development Strategy was adopted as a requirement for accession negotiations with the EU. In addition, various projects have been developed by various institutions. The most important projects carried out in this period are given below (Dinçer et al., 2015):

- *Eastern Anatolia Tourism Development Project*: In the project covering the years 2007-2009, the development of the regions like İspir, Narman, Uzundere, Çoruh which are behind the western provinces in terms of development but have a great potential for tourism activities are aimed.
- *Eco-Tourism Development Project in Kastamonu Azdavay and Yanık Ali Konağı Restoration Project*: The aim of the project is to develop eco-tourism in Azdavay county of Kastamonu province and contribute to local socio-economic life.
- *Manisa Province Tekelioğlu Village Rural Tourism Development Project*: The aim of the project is to improve the economic, social and cultural conditions of Tekelioğlu Village in rural tourism. The marketing of historical values, local products, handicrafts and nature of the village is aimed. In this respect, many institutions and organizations supported the project.
- *Küre Mountains and Zümrüt Village Example*: In the project, which aims to evaluate the suitability of natural and cultural structure of Zümrüt Village for ecotourism, it is aimed to increase the public awareness about National Park. In order to make the local people more active and social, the sale of village products in the vicinity of the National Park is planned.
- *Learning Organic Life on Island Project (Gökçeada Example)*: Gökçeada's economy, which was selected as a priority area for development at the first degree, is mainly composed of agriculture, animal husbandry and tourism. It is a project launched on June 25, 2008 on Gökçeada that was chosen as ecological region by the Ministry of Agriculture.
- *Example of İzmir Şirince Village*: It is seen that Şirince, an old Greek village, has been inhabited by rural tourism for over 10 years. It has become a rural tourism center of the region with the advantages provided by its geographical location and cultural characteristics.
- *Mumcular Example*: As a result of the research, in Mumcular villages where the appropriateness of rural tourism was determined; activities such as olive festival, bicycle tours, camping, camel wrestling and farmers' markets are organized in the scope of rural tourism.
- *Beyazır Example*: With the joint work of the district governor and the municipalities, festivals are organized every year in Beyazır. The proximity to Ankara is a great advantage; local handicrafts, food, products, and activities are presented to the visitors as support rural tourism.
- *Agricultural Tourism in Ecological Farms, Voluntary Information and Expertise Exchange (TaTuTa)*: In the context of the TaTuTa Project, detailed information of 69 farms at different points of Turkey are included in the website, which aims to convey the local life and values to visitors.
- *Example of Rural Tourism Work within DOKAP*: Samsun-Ordu-Giresun-Gümüşhane-Bayburt-Trabzon-Rize-Artvin Tourism Road, Atatürk University and United Nations Development Program. The rural development in the region includes education, the development of social capital, and the forefront of human factors, tourism and entrepreneurship.

Rural tourism activities in Turkey are carried out within the activities of; Ministry of Agriculture, Food and Livestock Ministry, Ministry of Culture and Tourism, Ministry of Forestry and Water Affairs, on central and local scale. Dinçer et.al.(2015); About the rural tourism activities in Turkey; it has been expressed that there are lack of coordination among institutions, problems of planning, low level of education in rural areas, instability in economic and political sense. These problems cause rural tourism to always be at the stage of development.

Ecovillages are settlements created in rural or semi-rural areas. The aim of this study is to reveal the contributions that ecovillages in Turkey can provide for rural tourism.

2. ECOVILLAGE CONCEPT

One of the important life models of today's world, ecovillages; have emerged as a movement in which the people support each other by creating small communities aiming at the revival of the traditional community life. It is an effective social structuring in the sustainable life goal facing ecology and economy.

Ecovillage is based on a deep understanding that everything in the world interacts with each other, and that we are influenced by our thoughts and behaviors. In this context it aims unifying processes like "ecology, design, alternative energy, permaculture, creating community, and so on."(Karadağ and Sevim Korkut, 2013).Eco-villages are ecological, economic and socio-cultural sustainable settlement models (Atabey and Yokaş, 2015).

The concept of eco-village (ecological village) was first described and extensively described in 1991 by Robert and Diane Gilman's Ecovillages and Sustainable Communities (Güleryüz, 2013). The first definition made by Robert and Diane Gilman (1991) on ecovillages is "*residential areas integrating human activities into nature to maintain a healthy life*" (Karadağ and Sevim Korkut, 2013). In ecovillages and Sustainable Report prepared by Robert and Diane Gilman, ecovillages are defined as "*a human-scale, full-featured settlement, in which human activities are harmlessly integrated into the natural world, Continued can be successfully into the indefinite future*" (Josep and Bates, 2003; Dawson, 2006).The official definition of an ecovillage, agreed upon by the Global Ecovillage Network (GEN)¹² board and used by GEN today is: "*An ecovillage is an intentional or traditional community that is consciously designed to be locally owned, participatory processes to regenerate social and natural environments. The four dimensions of sustainability (ecology, economy, the social and the cultural) are all integrated into a holistic approach*" (Kunze and Avelino, 2015).

The principles and motivations of ecovillages in four dimensions (ecological, economic, social, and spiritual) are interrelated, interdependent. Therefore, attributes in one dimension can be overlapping with another dimension, and put influences on each other as well (Josep and Bates, 1991, Costa, 2015). Ecovillages are an important model for sustainable living and offer various contributions to their existence and life. These are; Increasing the feeling of bond and responsibility towards the world; establishing communities that live together in harmony; ending the conflicts with peaceful means; reinforcing the social bonds and providing people with the sense of belonging; developing the act of taking participant decisions; enabling people to commune with nature; using the natural resources productively (controlling the rain waters, etc.); decreasing the carbon emission; using renewable energy technologies; decreasing the need for fossil fuels; building ecological structures; waste management (making compost out of the wastes, recycling, etc.); sharing food, transportation, tool and general heating systems to enable saving; enabling local economic development and decreasing the pressures of the global economy; developing social economies based on cooperation; producing local organic food and growing community's own food; applying permaculture design methods; giving educations intended for sustainable life; conserving the bio-diversity and promoting it. There are five basic characteristics of ecovillage life. These characteristics are; social priority (a

¹² The structure of the GEN organization should be summarized briefly; The GEN organization was established in 1991 by Hildur and Ross Jackson couple as 'Eco-village Information Service'. After the first international conference in 1995, it became 'Global Network of Eco-villages (GEN)' (Güleryüz, 2013).

response to the alienation and the loneliness in the modern societies), individual initiation (ecovillages are less dependent on governments and official authorities, but are more dependent on imagination and visions of the community members and on resources), resource control (ecovillages control their own resources for the control of local resources between the communities and the authorities), sharing moral values (showing ecological purpose, belief, humanism and socialism and sharing spiritual values) and sharing knowledge (sharing ecology based ideas and techniques) (Gesota, 2008).

Many activities are being carried out in ecovillages. These activities, training-seminars-consultation (ecovillage movement, community building, housing and a physical infrastructure, food production and consumption patterns, energy sources and use of energy, water sources and water, waste generation and waste management, transport and computing, consume, recycle, repair, reuse activities, etc.), internships, volunteering in (community based ecovillage, spiritual ecovillage, transition town, natural agriculture ecovillage, individual eco-homestead, ecotourism, etc.), ecovillages, social programs (for people with special needs, for children, for senior people, etc.), organic food production (fruits, vegetables, dairy, beverages, , etc.), eco-building construction education, sale of organic product, handicraft, artwork, etc. (Anonymous, 2013).

The number of ecovillages increases today as a response to social fragmentation of modern life and increasing consumption (Gesota, 2008). However, we don't have a typical ecovillage today. Every ecovillage is characterized according to their establishment philosophy and location, natural and cultural features. Their sizes change according to their population (Sevier, Henderson and Naidu, 2008).

In 1996, GEN was established in the United Nations Habitat Conference (Turkey). GEN introduced itself as "a global confederation of people and communities dedicated to sharing ideas, exchanging technology, preparing cultural and educational exchange programs, guides and newsletters, and building sustainable lifestyles," and expressed its main objective as encouraging the evolution of sustainable settlements all over the world (Dawson, 2006). GEN today lists more than 1000 local ecovillage projects and networks worldwide (Kunze and Avelino, 2015). However, not every ecovillage in the world included in this network since it has no knowledge of this network, it is a member of a different organization, or it does not carry any effort to be connected to any network (Dawson, 2006). For these reasons, it is difficult to give a clear figure about the total number of ecovillages in the world.

3. ECOVILLAGE INITIATIVES AND SAMPLES IN TURKEY

The first eco-village initiative in Turkey was undertaken by a mountaineer group from the Middle East Technical University in the late 1990s. This initiative is called 'Hocamköy'. The purpose of this group is; to create a sustainable rural life model together with local people by combining traditional knowledge of Anatolian people with academic knowledge. In order to fulfill this aim, they tried to create a model of settlement that is adaptable to the nature, from economically self-sufficient and architecture to various subjects such as meeting daily life needs (Güleryüz, 2013).

The majority of eco-village initiatives established in Turkey depend on the establishment of GEN. GEN can support eco-village initiatives according to their own context and general characteristics. For this reason, the effectiveness of the GEN organization on the Turkish eco-villagers has been a matter of debate. Within this scope, there are some local associations and organizations to solve the difficulties inherent in Turkey. These are; Ecovillages Communication Network (EKILAT), Buğday Ecological Life Support Association, Eco Campus Network (EKOYER), Marmariç Ecological Life Association and Permaculture Institution of Turkey.

EKILAT; is the first local establishment in Turkey. Thanks to the foundation, many eco-village entrepreneurs have been able to exchange information with one another. However, today their activities are reduced.

Buğday Ecological Life Support Association; since 1990, it has been leading studies on people who have adopted a life respectful to the nature. On August 12, 2002, these works were gathered under an association and transformed into an institutional structure. The aim of the Buğday Association; is to

create consciousness and sensitivity of ecological life in individuals and society, and to support nature-friendly lifestyles so that ecological balances do not deteriorate. Buğday Association; besides supporting ecological settlements, has an important role to raise awareness of eco-village entrepreneurs about organic agriculture activities actively. One of the most effective implementations of the Association is the Agriculture Tourism and Voluntary Information Experience Trading Project in Ecological Farms (TATUTA). The goal of the project; is to encourage ecological agriculture by providing financial, voluntary labor or information support to farmers' families who have gone through ecological agriculture.

EKOYER; was established to support and develop ecological settlements in Turkey. EKOYER's conceptual history extends to the history of the beginning of the relations with GEN-Europe. EKOYER, carries on activities on 'supporting ecological settlements, contributing to the development of economies; establishing a network for sharing experiences with regular meetings, trainings, festivals and jovialities. There are a total of nine ecological settlement initiatives (Buğday Çamtepe, Dedetepe Farm, Dutlar Kollektifi, Güneşköy, Knidia Eko-Çiftliği, Marmaris Eko-Campus, Pastoral Valley, Bayramiç Yeniköy) which are members of EKOYER in Turkey. Some of these members are members of the GEN organization. Others prefer to be a member of EKOYER that is only a local organization.

Marmariç Ecological Life Association was established to make sure; the villages around Mersinli (Marmaric) village, become social, economic, cultural, residential, technological and productive in harmony with nature, observing local values and sustainable human settlement. which was an abandoned village in Dernekli district, Bayındır county of İzmir province.

Turkey Permaculture Institute; was established in Turkey to provide for the recognition and spreading the applications of permaculture which is a science of design. One of the main activities of the institute is to organize courses on permaculture and its subjects. The other activities of the Institute are to carry out eco-systemic design applications; to try and sample sustainable methods and techniques in agriculture, forestry, architecture and energy production; to share experiences and examples created in these areas through conferences, seminars and publications, and to support the turning of places where we live into sustainable settlements (Güleryüz, 2013).

Within the initiatives registered to the GEN or local associations in Turkey are (Buğday, EKOYER); (Çanakkale), Çamtepe Ecological Life Center (Çanakkale), Garp Eco-Volunteer Settlement (Çanakkale), Hocamköy (Kırıkkale) Güneşköy (Ankara), Eko Foça (İzmir) , Bayramiç Yeniköy (Çanakkale), Patoral Valley (Fethiye) and Knidia Eco-Farm (Dağca). To illustrate the basic features of the eco-village initiatives in Turkey, the following are examined as some typical examples:

Hocamköy: Hocamköy is located on a 220-acre site allocated by the municipality in Hasandede village of Kırıkkale. Hocamköy is also a member of the Global Eco-Village Network (GEN-TR). Hocamköy is Turkey's first ecological village project (Hasanbeşeoğlu, 2017). Belonging to Hocamköy Anatolian Symbiosis Ecological Movement, Hocamköy Ecovillage Project is the first known initiative of comprehensive experimental ecovillages in Turkey. It was put into practice with a new model of life and production, by a group of METU graduate students who were interested in mountaineering on a steppe ground in the Hasandede district of Kırıkkale (Durmuş Arsan, 2008).

The goal of the project; is to find viable solutions to the urgent ecological problems faced by Anatolia together with local villagers and farmers and to present a self-sufficient model to the Anatolian villagers who migrate to the cities to search for a better life. In the field studies of the project in 1997 and 1998; cultivation of soil with perm-culture methods, agricultural activities and mud-brick house construction were put into action. The project was concluded in 1998, but its organizational model and targets have become an example of the future eco-village initiatives (Durmuş Arsan, 2008).

The Hocamköy movement has emerged with a thought of the ideal earth, the redefinition of the relationship between man himself and nature. It is also aimed to create a model with Hocamköy for the villages that are expected to be founded later. Behind this movement is the emphasis that only an ideology, an idea, a point of view is unfounded, a music of thoughts like life is found. At the base of

the movement; it is emphasized that the love of man, nature and life lies in a belief in a free and equal world (Hasanbeşeoğlu, 2017).

In Hocamköy; natural agriculture, the use of local and renewable energy resources, afforestation, educative youth camps, natural and local architects are in progress. Like pottery, wood and board carving, vegetarian nutrition, etc. there are jobs that protect cultural richness. Hocamköy is a place where art, culture and sports activities are living in harmony with nature, making people human. In addition, studies and researches are carried out in Hocamköy (Hasanbeşeoğlu, 2017).

Güneşköy: Güneşköy is located 65 km away from Ankara and 15 km away from Elmadağ. It is located in the Balaban Valley, next to the Çiftlik Quarter of Hasarköy (Hasanbeşeoğlu, 2017). A member of the GEN organization as an "eco-village", Güneşköy, was founded by METU Faculty Members Prof. Dr. Ali Gökmen, Prof. Dr. İnci Gökmen and a group of nine people, has focused on the work on organic farming, permaculture and ecological sustainability, and has not yet transitioned to communal life, that is one of the main features of eco-village settlements (Güleryüz, 2013).

For Güneşköy administration purposes, "Limited Responsible Güneşköy Environmental Culture and Management Cooperative" was established. The cooperative aims to realize the conditions of living in a healthy and natural environment, to create collective examples with the works to be done, to live harmoniously with the nature and to spread it, thus to raise conscious, happy, healthy and productive individuals. To set an example for this purpose, it aims to live in a healthy environment of shared knowledge and culture acquisition required for such an environment, making production of samples suitable for the purpose and marketing them, and also aims to engage in intensive scientific and educational activities (Anonymous, 2017a).

The cooperative produces projects to realize all these aims; supports the projects produced, agrees and cooperates with relevant institutions, organizations and individuals both at home and abroad, and forms working groups and units. It keeps cooperation with establishments in the direction of its aim. It provides the necessary support services for their formation. It provides and / or obtains consultancy services for public and private legal entities in addition to real persons in line with their aims. It prepares scientific reports; publicizing their work in national and international fields, communicating with individuals and institutions sharing similar interests, and providing private introduction and communication pages on the internet for assistance and solidarity. In order to meet the loan requirement, it receives support from the relevant public and private persons, institutions and organizations at home and abroad. The coop, interest-free debts to its own partners and take measurements to ensure that loans and debts are properly used and repaid on time. The co-op establishes funds, grants, contracts and agreements for establishing businesses. All kinds of copyright, patent, etc. rights of products that will be developed in the cooperative are determined by contracts between the cooperative and the product owner (Anonymous, 2017a).

Co-operative has got projects of, biodiversity (a scientifically-based system recommended for researching, conserving and developing native plant diversity in central Anatolia), biofuel (vegetable oils to be produced in rural areas as fuel for diesel motor vehicles), solar drying system (hygienic drying packaging and marketing of vegetables and fruits), solar house (a house with zero emission against global warming according to ecological and climate conditions that can be used by rural-urban people benefiting from the Anatolian ecological culture) and solar greenhouses (a scientific project model of a greenhouse which provide maximum use of solar energy, fully compatible with ecological conditions, zero emission to global warming, providing shelter in central Anatolian conditions). In addition, there are outdoor garden works for healthy feeding with natural products, to less harm to nature, to enable direct purchase of vegetables grown in natural conditions from the farmer, providing visitors to be volunteer at participation to the garden where the products are grown (Anonymous, 2017a).

Güneşköy Cultural Center was established within the structure. The Center produces, and promotes the culturally developing research and publications of the partners (books, magazines, newspapers, brochures, encyclopedias and all other publications). It publishes original, translation publications and pieces and creates a distribution network. It organizes scientific, philosophical, social, cultural, artistic

events, seminars, conferences, panels, interviews, training courses, fairs, festivals, archives, scholarships, trips and camps for the partners about subjects of the studies. These studies are helped in the community to be monitored and contributed by particularly young people. Import and export about these studies are made. In addition, libraries, clubhouses, restaurants, guest houses, social facilities and educational institutions are established by the center for the benefit of partners and interested parties. They are being operated or rented. Funds are set up for social assistance and solidarity and these funds are provided with the in-cash, in-kind and moral support from the country and abroad and donations are accepted (Anonymous, 2017a).

This initiative, which has some important connections in Turkey with the International Organization of GEN, hosts some GEN meetings, and its plans refer for the future communal life-style transition, community building and advanced architectural structures (Güleryüz, 2013).

İmece Evi: İmece Evi initiative is the continuation of the inactive Dutlar Collective initiative. The future plans of both initiatives; is defined as reviving of the abandoned Turgutlar settlement which had a former name of the village of Dutlar in Menemen county in İzmir province. In 2007, a group of 10 people gathered together under the name of the 'Dutlar Collective' initiative to revive the village of Dutlar, an abandoned village on an area of 80 acres both to create a sustainable ecological life and to save traditional architectural heritage. Three of the old houses in the abandoned village were renovated and the old village was revamped, but after six months the group was dispersed when there was not enough progress despite the number of members reaching eighteen. Members of the Dutlar Collective have taken the decision to terminate their initiatives due to social and some economic problems that have arisen among the members. Therefore, the Dutlar Collective is not an active initiative at this time. However, after seventeen members left the settlement of Dutlar collective initiative, one of the founders of this initiative İsmail Yenigün have continued their activities in the land and changed the name of the initiative as İmece house. İsmail Yenigün defines the formation of the İmece Evi as not an 'ecovillage' but a 'school of farming and awareness'. His main purpose is to convert the abandoned old Dutlar village, into an 'ecovillage'. The number of people has not been reached a number that could form a community or group in the initiative of the İmece House yet. Only volunteers come to lodge in the settlement of İmece Evi. The volunteers provide short term accommodation in the settlement, giving contribution to the production (Güleryüz, 2013).

It is seen that the area designated as İmece Evi is in the field of agricultural land in the Master Plan. In the vicinity of the land of the İmece Evi, there are forest areas and natural woodland to be protected. The area where the abandoned Dutlar village is located in the reconstruction plan is stated as the 'Rural Settlement' area. It has been seen that there is no road to go to the land where the İmece Evi was founded. İmece Evi is not close to other village settlements in the vicinity of the village. There is only one building (stone house) in this area. This house; serve as guest house, rest room, bedroom, kitchen, educational area, etc. Electricity is obtained at the İmece Evi through an energy system formed by solar panels and bicycles. Water need is provided from the State Water Works sources. Stoves, which are a traditional method for heating, are used and firewood is preferred (Güleryüz, 2013).

The village of Dutlar, planned to be revived as a future plan, was abandoned 30-40 years ago. The majority of the structures found in the village are built of stone and many of them have been destroyed (Güleryüz, 2013).

Great importance is attached to the organic farming and agricultural activities in the settlement of İmece Evi. İmece Evi has many activities such as making organic soap from olive oil, olive farming and olive oil production (Güleryüz, 2013).

Many educational activities are carried out at the İmece Evi. These include traditional construction techniques (building house from stone, straw, wood, etc.), agricultural activities (seedling planting, etc.), food processing (vegan bacon, tarhana, canning, drying, grape juice, molasses, etc.) and landscape planning. Short-term participation brings concrete experiences (agriculture, food, home, electricity, detergent, paint, etc.). In addition, long-term lodgers and all time residents experience a job to do, to be more flexible and more tolerant of listening to nature and the actors in the nature with the advantage of not being ruled by a boss over them (Anonymous, 2017a).

Economic needs are met by selling the products such as olives, olive oil, and cheese, produced in small quantities, (the products of the villagers whom the eco-peasants encouraged to produce) (Anonymous, 2017b).

Eco-Foça Eco-village: Eco-Foça Eco-village project; 55 km from Izmir and 10 km from the center of Foça. It was founded in 2001 by Tunca Bökesoy on an area of 35 acres. The Eco-Foça initiative can be considered as a different eco-village venture example in which the entire financial investment is made by one person. Tunca Bökesoy decided to build 10 buildings with a traditional architectural language on the land he bought, taking ecological principles into consideration, and he offered his friends to live there. For a while, four families moved into the settlement and began to live. However, no one currently lives actively in the settlement. It is emphasized that the reason for this is economical (Güleryüz, 2013).

There is no human settlement near the land where Eko-Foça settlement is founded and no ways of public transportation .Near the land there are agricultural fields and industrial structures that are small industrial activities. The land is located in the meadow-pasture area in the Master Plan. For this reason, buildings were built on two storeys, as village houses. In the settlement, there are three blocks with nine independent sections. All the buildings in the settlement contain details specific to the traditional Foça architecture (Güleryüz, 2013).

Alternative energy systems and solar energy are used. For lack of electricity in the region, all the necessary electrical energy for heating is obtained from solar panels. It has been stated that there was water supply problem while living in the settlement actively. Nonetheless, organic agriculture has been implemented in the settlement area when it was active. There are 90 olive trees and 140 fruit trees in the garden (Güleryüz, 2013).

Marmariç Eco-Campus: Dernekli Village of the Bayındır district of İzmir province is a traditional village abandoned 20 years ago, it was aimed to be revitalized on the basis of permaculture and to set up a sustainable settlement in this area. The foundations of the joint venture, which started in 1999 in Kuzguncuk (Istanbul), were laid in the abandoned Marmariç (Mersinli) region of the Dernekli Village in the Bayındır District of İzmir in 2003. Marmariç members have formed a new life with a population of 13 people on a 22-acre land, which they have rented for 49 years from the state (Güleryüz, 2013).

A large part of Marmariç settlement is located in forested area in the İzmir Metropolitan Municipality Municipal Reconstruction Plan a part of which remains as natural and the wooded character to be protected area, and the area of Marmariç settlement is unobtrusive. There is another village settlement near the settlement and the neighboring village is connected via a road. There are buildings with different functions and plan types in the area. Some have been restored and refurbished. Structures has got the local architecture characteristics. Solar panels are only used to heat the water to be used in homes. Passive energy design and permaculture design principles, on the other hand, are effective in all areas of settlement (Güleryüz, 2013).

Settlement members do not define themselves as 'communes'. Erkan Buğday, a member of Marmariç settlement who advocated that all income should be collected and evenly distributed in a pool to be a commune; he states that there is no such sharing in the settlement, that the members have used the income they have obtained from the different ways in the context of their own needs, and that they use the rest for the investments to be made for the settlement. The settlement has not broken from the city completely in the economic context. It is stated that a long time is needed to regulate the already unfavorable soil of Marmariç settlement by regulating it with permaculture principles. During this time, financial support is needed to meet the needs of daily life. For this reason, the members are working both in the countryside and in the city. The members living in Marmariç settlement continue their work from the outside before they settled down in the cities. Members are of various professional groups. For example; members who are architects continue their architectural profession on projects in cities on the basis of projects and some members make financial income by making book translations (Güleryüz, 2013).

Eco campus is not a member of GEN organization. The settlement, which has its own association named 'Marmariç Ecological Life Association' and an institute called 'Turkey Permaculture Research

Institute', attaches great importance to both social and ecological activities of the permaculture and therefore calls itself 'Permaculture of Marmariç'. In addition, this experience is shared within courses and trainings given on the settlement. Thanks to the trainings, interested parties and other entrepreneurs are informed. During the courses and trainings, various people visit the settlement. During these visits, they are charged not as 'reservation fee' but as 'education fee'. Due to this difference in wage terms, it is understood that there is no eco-tourism application in Marmariç settlement. Marmariç settlement members use the proceeds they earn from their training courses for the development of the settlement (Güleryüz, 2013).

Pastoral Valley: The settlement operates under the name of 'Pastoral Valley Organic Farming and Ecological Life Farm'. It is located in Yanıklar village, Fethiye on a land of 42 acres in size. There are stone, wood and mud-brick houses in the settlement, designed in accordance with the traditional village architecture and considering the ecological architectural principles. In the houses, those who want to experience ecological life and village life can stay for a fee. Pastoral Valley Farm is part of the TATATU project of the Buğday Association which organizes ecological farm visits. It also takes place in 'traditional' tourism tours and in some databases as 'hotel' or 'holiday village'. It can be argued that the settlement in this regard has been operating as an eco-tourism institution (Güleryüz, 2013).

Knidia Eco-Farm: It was founded in 2000 by Ali Sömer on a land of 48 acres in Datça Değirmen Bükü. The stone houses, which are ancient Greek architectural examples in the vicinity, have been restored and opened to use. One of these houses is still being used as an olive oil production facility. There is no water and electricity network in the settlement. Electricity needs are solved by a combination of solar panels and wind turbines. Water needs are derived from rainwater and nearby natural spring water. Eco Knidia, a member of the Global Eco-Villagers Network, is an eco-tourism oriented settlement. The settlement is part of the TATUTA project (Güleryüz, 2013).

Bayramiç Yeniköy: Founded in 2011, Bayramiç Yeniköy is an attempt by a founding team of ten people to establish a village, which is self-sufficient, acts with permacultural philosophy, makes natural farming practices, and emerges with the aim of owning local seeds and producing (Anonymous, 2011).

It is located in, Yeniköy district, Muratlar village, Bayramic county of Çanakkale on 50 acres of land. The land consisted of two guesthouses, a building that was used as kitchen and classroom and a yard where they settled around that were already in use when the land began to be used. The ecological farm established 2 mud-brick houses, one residential building made of straw bricks and covered with mud-brick, and a Fukuoka garden, a horticultural area in the common yard where vegetables are cultivated, a duck pool, a pond and small-scale water ditches. There is also a mixed structure in the settlement that houses a poultry house and green house (Kara, 2014).

It is a settlement established in the skirts of Kazdağı in Çanakkale. It is defined as an attempt to establish a self-sufficient village by designing and implementing the permaculture philosophy, by owning local seeds and producing, by making natural farming practices, by sharing what they learn (Güleryüz, 2013).

Dedetepe Eco-Farm: It is located in Küçükkuyu village of Ayvacık county of Çanakkale, at the skirts of Kaz Mountains. The settlement is located near Çanakkale and Balıkesir borders and is located next to the Mıhlı Çayı (a creek). It was established on a land of 30 acres and after 2001 land choosing and construction began. Five people live permanently in the area and accommodation for people and volunteers in the nearby Çamtepe Ecological Life Center is on offer (Güleryüz, 2013).

There are common bath and compost toilet, yörük tent, cafeteria, a school for children, voluntary log cabins, and a private house belonging to the owner of the area (Güleryüz, 2013).

Organic farming practices are carried out in Dedetepe settlement and the crops obtained by this method are offered for sale on the internet. To carry out a sales activity policy in this way, contributes economically to the sustainability of the settlement. Olive and olive oil production is an important source of income for people living in the settlements. In settlement, many plants like tomatoes, artichokes, strawberries and basil are produced besides olive. The nutritional needs of the people

living in the settlements are also met at the organic agriculture level. Another revenue source of Dedetepe is to provide accommodation services to the trainees of Çamtepe Ecological Living Center. It should be noted that this accommodation type is different from other traditional tourism and eco-tourism applications and should not be confused (Güleryüz, 2013).

Çamtepe Ecological Living Center: This campus, established by members of the Buğday Association of Support for the Ecological Life in 2010, was designed as a single cooperative housing (co-housing) for those who want to leave their lives in the city and want to live a rural life. It can be said that the center was used for short-term workshops and trainings, and that had acted as a branch of the Buğday Association in Küçükkuyu. For this reason, there is doubt about being considered as an "eco-village initiative" (Güleryüz, 2013).

4. FEATURES OF ECOVILLAGES IN TURKEY

The first eco-village initiative in Turkey is based on the mid-1990s. Behind the formation are civil society organizations or voluntary groups focused on ecological lifestyles. For Turkey, concepts such as 'ecology', 'sustainability' and 'eco-village' are new concepts, and Turkey faces some problems while applying these concepts. In particular, it is known that administrative problems related to humanitarian relations and issues have made the eco village initiations largely unsuccessful (Güleryüz, 2013).

Ecovillage formations are important in terms of providing solutions to ecological and social problems due to the production of models that provide general principles and technologies that can be applied in all conditions and which also play a leading role in the original solutions that can be brought to local features and local potentials. However, when looking at their overseas applications, we have come across with long term examples with a richer diversity in terms of crowd and user profile while ecovillages appeal to a more compact, smaller and homogeneous communities at home because there are not so many examples in our country yet, and it is often confronted as settlements preferred by academicians and urban users for rural settlement (Kara, 2014).

When we look at the purpose of the establishment of the majority of the ecovillages in Turkey we can see ecological anxiety and the sustainability of sustainable social life (Kara, 2014). Besides, it can be said that some eco-village settlements (Knidia Eco-Farm, Pastoral Valley, etc.) also function as eco-tourism oriented settlements.

On the basis of a few eco-villages (Durmuş Arsan, 2008), the general characteristics of these eco-villages are given below:

- Eco-villages are usually established in rural / semi-rural areas.
- They are small-scale settlements.
- Some of them are cooperated.
- They are not moral spiritual formations like some eco village initiatives in the world.
- They usually are established by individual initiatives.
- There are no or few people who live permanently.
- Communal life has not been established.
- The number of buildings that can meet the vital needs is insufficient.
- Economically self-sufficient systems have not been created and dependence on the outdoors continues.
- The economic-ecological-social network and relationships among eco-villagers are inadequate.
- Income sources are especially organic agriculture and education activities.
- In eco villages, preservation and evaluation of the traditional culture and local architectural features were targeted.

- Examples of permaculture and sustainable life examples in eco villages are insufficient.
- Examples of organic farming are available and are available for sale.
- Energy needs cannot be met adequately. Especially solar energy is used.
- Water needs cannot be met adequately.
- They are open to the public, but it is not an ecotourism activity.
- Far from the residential areas, transportation is difficult by public transport.
- The eco-village initiatives in Turkey generally aim to create a new built environment.
- There is not enough publicity on the internet network.
- They are not supported by the government.

4. RESULTS

Depletion of natural resources, climate change and related natural disasters, rapid population growth, increasing urbanization, development level differences, migration, increasing impoverishment and social inequality have reached high levels in recent years and these problems are increasing with an increasing momentum. While ecological problems that transcend our planet's carrying capacity threaten both life and nature, social inequality, lack of justice, and deprivation of society; resulting in the irregularity and chaos of the social order. It is observed that the Ecovillage approach first applies an appropriate methodology to create a holistic and multidimensional solution to all these environmental problems (Kara, 2014).

Ecovillages offers a model for today's sustainable living goals. They are particularly effective examples of the transformation of rural life into sustainable places. In our country, where the country continues to live heavily in rural areas, living in a rural, natural, socio-cultural and economic life gives us another chance. This chance shows that economic prosperity and employment can be improved not only by agriculture and tourism but also by science and education activities. But in Turkey the concept of eco-village is a new one. Yet, ecovillage life is not a foreign concept for our traditional living culture.

The integration of the village typologies in Turkey with the concept of eco-village will enable the transformation of the sustainable life into examples of sustainable lifestyles, especially the revitalization of the forgotten values related to the socio-cultural structure (customs, traditions, customs, literature, etc.). In addition, these values will provide economic contributions in the local community. It will provide not only tourism but also educational and scientific opportunities.

The base of the rural tourism aims to promote the natural and cultural life of the countryside and thus to provide new economic opportunities to the people living there. But in our country the concept of rural tourism is reduced only to ecotourism. For this reason, it is not implemented correctly and fully. First of all, rural tourism must be perceived correctly. Then rural tourism, ecotourism and ecovillage must be evaluated in a holistic pot. Rural tourism is taking place in the rural area. In ecotourism, local people and ecological values remain at the forefront. Ecovillages generally provide sustainable living examples in rural areas. In this context, eco-villages in rural areas will be integrated into rural tourism and ecotourism in a way that integrates the natural, socio-cultural values of local people with sustainable life examples. Thus, the traditional village life before the republic will be revived.

As a result, the inclusion of eco-culture in rural tourism must be supported by the relevant ministries of the state (in particular the Ministry of Agriculture, Food and Livestock, Culture and Tourism, Forestry and Water Affairs) in this context. In addition, it should be accepted that eco-village is not a touristic place but a social structuring and a lifestyle. Every opportunity should be emphasized as ecovillages, which are the sustainable lifestyle model in this acceptance, as a laboratory for both tourism and educational and scientific studies. Thus, within the framework of ecological balance, traditional life, blended with science, and what kind of life can be presented to the future in these areas will be demonstrated.

REFERENCES

- Anonymous (2011). Bayramiç Yeniköy, Available at: <http://ekoada.wordpress.com/2011/09/20/bayramicyenikoytanitim/www.ecovillageroad.eu/taxonomy/term/65> (Date of Access: 11.09.2017).
- Anonymous (2013). Ecovillages, Available at: www.ecovillageroad.eu/taxonomy/term/65 (Date of Access: 16.05.2017).
- Anonymous (2017a). Güneşköy, www.guneskoy.org.tr/Guneskoy/gunes-kurutma-sistemi/ (Date of Access: 27.07.2017).
- Anonymous (2017 b). İmece evi, Available at: www.imeceevi.org (Date of Access: 27.07.2017).
- Atabey, S., Yokas, İ. (2015). Evaluation of the effects of organic agriculture applications on eco-tourism and environment at the scope of Çandır ecological village project by tourism operators. *Muğla Journal of Science and Technology*, 1 (2), 48-52.
- Costa, T. S. (2015). Practical Approach Towards Degrowth Transition A Case Study of an Emerging Ecovillage in Kalmar, Sweden. Master Thesis. Lund University Lund University, Environmental Studies and Sustainability Science, 53 p., Swedish.
- Dawson, J. (2006). Ecovillages-new frontiers for sustainability. Sena Publisher, p. 139, ISBN 978-605-61475-1-7, Green Books-Devon.
- Dinçer, M., Türkay, B., Avunduk, B. (2015). Rural tourism policies: evaluation of the policies on the European Union and Turkey. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 5 (1), 49-60.
- Durmuş Arsan, Z. (2008). Sustainable architecture in Turkey. *Journal of Architecture/340*, March-April 2008, Available at: <http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=290&RecID=1701> (Date of Access: 27.07.2017).
- Gesota, B. (2008). Ecovillages as models for sustainable development: a case study approach. Master Thesis. Social Sciences, Albert-Ludwigs-Universität Freiburg i.Br.(Germany) and the University of KwaZulu-Natal, p. 90, Durban (South Africa).
- Güleryüz, M. (2013). Eco-villages a utopian movement: a research on example in Turkey. Master Thesis. Istanbul Kültür University, [Institute of Sciences](http://www.ikuv.edu.tr), Architecture Department, Istanbul.
- Hasanbeşoğlu, R. (2017). Hocamköy Project, www.ayasli.tripod.com/doga/hocamkoy.htm (Date of Access: 27.07.2017).
- Josep, L., Bates, A. (1991). What is an ecovillage? *Communities Magazine*, 117: 1-4, Available at: <http://communities.ic.org> (Date of Access: 05.05.2013).
- Kara, E. (2014). A research on all dimensions of sustainability in settlements with ecological concerns: ecovillages. Master Thesis. Istanbul Technical University, [Institute of Sciences](http://www.ikuv.edu.tr), Architecture Department, Istanbul.
- Karadağ, A. A., Sevim Korkut, D. (2013). Sample societies to sustainable life: ecovillages. The 4th International Symposium on Sustainable Development (ISSD 2013), Proceedings, 1 (1), 1-12.
- Kuşat, N. (2016). The Role of Rural Tourism in Rural Development: The Case of Turkey. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, XVII (2), pp. 11-21.
- Kunze, I., Avelino, F. (2015). Social innovation and the global ecovillage network. Available at: http://www.transitsocialinnovation.eu/content/original/Book%20covers/Local%20PDFs/192%20Case_study_report_GEN_FINAL.pdf (Date of Access: 16.05.2017).
- Sevier, L., Henderson, M., Naidu, N. (2008). Ecovillages: A model life? Available at: http://www.theecologist.org/investigations/society/268714/ecovillages_a_model_life.html (Date of Access: 11.09.2017).

TURİZMİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİNDE YEREL DİNAMİKLER ARASINDA İLETİŞİM VE İŞBİRLİĞİNİN ÖNEMİ: ORDU İLİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Cavit YAVUZ
Ordu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
cavityavuz@hotmail.com

Özlem ALBAN
Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi
Ozlem0alban@gmail.com

Özet

Dünyanın en önemli ekonomik ve sosyal aktivitelerinden biri olan turizmin ülkeler açısından önemi yadsınmaz. Turizm, gerek turizm faaliyetine katılanların sayısı ve gerekse de yaratmış olduğu ekonomik büyüklük nedeniyle küresel boyutta bir endüstri haline gelmiştir. Böylesine önemli olan bir endüstrinin sürdürülebilir olması bütün ülkeler ve turistik destinasyonlar için vazgeçilmezdir. Elbette turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında birçok parametreler bulunmaktadır. Turizm bir yörenin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmesine katkı sağlayan önemli sektörlerden bir tanesidir. Ancak bu gelişmenin sağlanabilmesinde o yörede bulunan tüm aktörlere görevler düşmektedir. Çalışmamızda yerelde turizmin geliştirilmesinde ve sürdürülebilir olmasında yereldeki dinamiklerin, yani turizme doğrudan ve dolaylı katkıda bulunduğunu düşündüğümüz tüm tarafların işbirliği ve iletişimin önemini anlatılmaya çalışılacaktır. Yerel bir destinasyonun turizmle ilgili tüm taraflarının ki bunlar; kamuyu temsil eden valilikler ve kurum müdürlükleri, belediyeler, turizm işletmeleri, üniversiteler, medya, sivil toplum kuruluşları, kalkınma ajansları ve o yöredeki halkın işbirliği ve iletişim halinde olması yöre turizminin gelişmesine ve sürekliliğine olumlu katkılar sağlayacaktır. Bu çalışmada, Karadeniz Bölgesinin önemli destinasyonlarından biri olan Ordu ilindeki turizmin gelişmesinde ve sürdürülebilir olmasında yerel dinamiklerin yaptıkları çalışmalar ve işbirlikleri ele alınacak ve örnek olarak yansıtılmaya çalışılacaktır. Çalışma nitel bir çalışma olup görüşmeler ve gözlemlere dayalı olarak gerçekleştirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Yerel Aktörler, İletişim ve İşbirliği, Ordu İli.

THE IMPORTANCE OF COMMUNICATION AND COOPERATION BETWEEN LOCAL DYNAMICS IN THE SUSTAINABILITY OF TOURISM: SAMPLE OF ORDU PROVINCE

Abstract

Tourism, one of the most important economic and social activities of the world, is very important in terms of countries. Tourism has become an industry on global scale owing to the number of participants in the tourism activity and the economic magnitude that it has created. The Sustainability of this important industry is indispensable for all countries and tourist destinations. Of course, there are many parameters in the provision of tourism sustainability. Tourism is one of the important sectors contributing to the economic, social and cultural development of a region. We will try to emphasize the importance of cooperation and communication of all the parties that we think that the local dynamics, that is to say, tourism, are directly and indirectly contributing to the development and sustainability of local tourism in our work. All of the tourism-related sites of a local destinations; will contribute positively to the development and continuity of local tourism, which is in the process of cooperation and communication between governorships and institution directors representing municipalities, tourism enterprises, universities, media, non-governmental organizations, development agencies and people there. In this work we will study the cooperation and cooperation of the local dynamics in the development of tourism in the Ordu province which is one of the of the

Black Sea Region and sustainability. It will be the case and will be transferred as an example. This work is a qualitative work and will be based on interviews and observations.

Keywords: Sustainable Tourism, Local Actors, Communication and Cooperation Ordu Province.

1. GİRİŞ

Bir hizmet sektörü olan turizm endüstrisi; dünyadaki ekonomik, teknolojik ve sosyo-kültürel değişmelerle birlikte hızla gelişmekte ve ülke ekonomilerine hatırı sayılır katkılar vermektedir. Böyle bir durum turizm pazarından daha fazla pay almak isteyen turizm destinasyonları arasında yoğun bir rekabetin yaşanmasına neden olmaktadır. Bu rekabette öne geçmek isteyen turizm destinasyonlarının sahip oldukları turistik çekicilik unsurlarını korumak ve sürdürülebilir kılmak zorunlulukları vardır. Bilindiği gibi bir turizm destinasyonunda sahip olunan kültürel ve fiziki kaynakların korunup yaşatılmasının turizm ekonomisi açısından önemi büyüktür.

Doğal ve kültürel değerlerin, yerel kaynakların korunması, turistik tüketicilerin ve turizm destinasyonundaki halkın ihtiyaçlarının gelecek kuşaklarda düşünülerek karşılanması şeklinde düşünebileceğimiz sürdürülebilir turizmde temel amaç; kaynakların doğru kullanılması, gelişmenin sürekli olması, bugünkü ve gelecekteki kuşakların yaşam kalitesini iyileştirmek olmalıdır.

Günümüz rekabet ortamında sürekli değişen şartlara uyum sağlayabilmek ve yerel turizm değerlerini pazarlayabilmek için ve bunu sürdürülebilir kılmak için tüm paydaşlar arasında iletişim ve işbirliğine ihtiyaç vardır. Bu işbirliğini ve iletişimi sağlayacak olan örgütlenmelere gitmek gerekecektir. Yerelde işbirliği içerisinde olması gereken aktörler; kamu kurum ve kuruluşları, belediyeler, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler, kalkınma ajansları, meslek birlikleri, turizm işletmeleri, medya araçları ve turizmin faydasına inanan bilinçli halk olmak üzere turizmin tüm bileşenleridir. Yerelde bu işbirliği ve iletişim ortamını sağlayan destinasyonlar diğerlerine göre daha avantajlı sonuçlar elde edecektir.

Bu araştırma Ordu ilinde turizmin geliştirilebilmesi ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulması için fikir alışverişinde bulunulması, yapılması gereken işlerde turizmle doğrudan ve dolaylı ilişkide bulunan tüm paydaşların ortak hareket edebilmesi, sorunların çözümü ve yeni önerilerin geliştirilmesinde işbirliğinin gerekliliğinin önemli olduğunun ortaya konulmasını amaçlamaktadır.

Çalışma nitel bir çalışma olup görüşmeler ve gözlemlere dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmelerde Ordu ilinin turizminin gelişmesine yönelik olarak işbirliğinin gerekliliği konusunda sorular sorulmuştur. Bununla ilgili olarak Ordu ilindeki kamu kuruluşları, özel sektör kuruluşları, meslek kuruluşları, sivil toplum kuruluşları vb. kurum yöneticileriyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Valilik, Ordu Büyükşehir Belediyesi, İlçe Belediyeleri, Ticaret ve Sanayi Odası, Esnaf ve Sanatkarlar Odası, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, El Sanatları Derneği, Turizm İşletmecileri Derneği gibi sivil toplum kuruluşları ve turizm işletmeleri yetkililerinin olduğu yaklaşık 50 kişi ile görüşme yapılabilmektedir. Bu kişiler kamu sektöründe daha çok şube müdürü düzeyinde, özel sektörde ise işletme müdürlüğü düzeyindedir.

Bu çerçevede çalışmanın ilk kısmında sürdürülebilirlik kavramı ve sürdürülebilir turizm olgusu ile ilgili kuramsal bilgilere yer verilmiş, ikinci kısımda yerelde turizmin gelişmesine katkı sağlayacak aktörler ve işbirlikleri ve son kısımda ise Ordu ilindeki turizme katkı sağlayan aktörler ve yaptıkları ortak çalışmalar ele alınacaktır.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI VE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Sürdürülebilirlik kavramı son yıllarda hemen her konuyla ilişkilendirilen en çok konuşulan konulardan biri olmuştur. Sürdürülebilirlik kavramı, ekonomik gelişmelerin, maddi kaynakların ve değerlerin korunmasının sağlanıp gelecek nesillere aktarılmasının gerçekleştirilmesine dayanmaktadır. Sürdürülebilirlik kavramı Birleşmiş Milletlerin 05-16 Haziran 1972 tarihinde İsveç'in Stockholm kentinde yapılan Uluslararası İnsan Çevresi Konferansının 26 maddelik sonuç bildirgesinde çevresel etkiler, kaynakların durumu ve geleceği gibi kalkınma ve çevre arasındaki ilişkinin tanımlanması sonucu ortaya çıkmıştır.

BM Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun 1987 yılında yaptığı tanıtımda sürdürülebilirlik ile ilgili olarak "insanlık, gelecek kuşakların ihtiyaçlarına cevap verebilme yeteneğini tehlikeye atmadan, günlük ihtiyaçlarını karşılayarak kalkınmayı sürdürebilir kılma yeteneğine sahiptir" denilmektedir. 1992 yılında Rio de Janeiro'da yapılan ve 178 ülkeden yaklaşık 17 bin kişinin katıldığı çevre ve kalkınma konferansı ile birlikte sürdürülebilirlik kavramı dünyadaki tüm ülkeler için önemli bir kavram haline gelmiş, kabul görmüştür(Ay, 2013:3).

Middleton ve Havkins; sürdürülebilirliği "insan nüfusunun faaliyetleri ile doğal, sosyal ve kültürel çevreleri arasında uyumun bulunduğu bir denge durumu" olarak tanımlamıştır. Coccossis'e göre ise sürdürülebilirlik "insan faaliyetlerinin çevresel kaynaklar üzerindeki etkilerinden doğan ve uzun dönemde ortaya çıkan ekonomik, sosyal ve çevresel olumsuzlukların önüne geçmeyi amaçlayan yaklaşımlar bütünüdür"(Aktaran; Can, 2013:26-27).

Sürdürülebilirlik, bugünün kuşaklarının gelecek kuşaklar için sorumluluklarının farkına varmaları noktasında bir uyarıdır. Gilman'a göre sürdürülebilirlik; toplumun eko sistemin veya devam eden herhangi bir sistemin, ana kaynakları tüketmeden olabildiğince işlevini sürdürmesidir. Ruckelshaus'a göre ise "ekolojinin en geniş sınırları içinde ekonomik büyümenin ve kalkınmanın karşılıklı etkileşim ile sağlanacağı ve zaman içinde korunacağı doktrindir"(Aktaran; Özmehmet, 2008:1855).

Dünya kaynaklarının ve çevresel ekolojik sistemlerin gelişen teknoloji ve insanların faaliyetleri sonucunda tükenme sürecine girdiği artık genel kabul görmektedir. Bu bakışla ele alındığında sürdürülebilirlik ancak doğanın sunduğu kaynakların kendiliğinden yenilebilmelerine imkân tanıyacak seviyede kullanılmasıyla sağlanabilecektir. Sosyal açıdan sürdürülebilirlik ise, şimdiki kuşakların, ihtiyaçlarını gelecek kuşakların ihtiyaçlarını gözardı etmeden karşılamaları davranışını göstermeleri şeklinde ifade edilebilir(United Nations, 2008). Kavram ekonomik olarak değerlendirildiğinde, sürdürülebilir kalkınma kavramıyla ele alınarak, üretim sürecinde yenilenebilir kaynaklara yönelmek ve üretim faaliyetlerinin çevreye olan etkilerinin sorumluluğu kabullenmek olarak anlatılabilir.

Sürdürülebilirlik kavramı, yaşamsal faaliyetlerin bütününde kendine yer bulduğundan birçok konuyla ilişkilendirilebilir ve farklı anlamlar yüklenebilir. Örneğin; ormanların, sulak alanların sürdürülebilirliği, sürdürülebilir kentler, sürdürülebilir tarım, sürdürülebilir mimari, sürdürülebilir turizm vb. gibi kullanımlar sürdürülebilirlik konusunu, üzerinde çok konuşulan karmaşık bir kavram haline dönüştürmüştür(Yavuz, 2010:64-65).

WTO tarafından sürdürülebilir turizm; "insanların etkileşimde olduğu ekolojik sistemin, biyolojik çeşitliliğin vb. tüm kaynakların ziyaret edilen bölgedeki insanların ve gelen turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarına cevap verebilecek şekilde ve aynı zamanda gelecek nesillerinde ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir yönetim ve kalkınma biçimidir" şeklinde tanımlanmıştır. Sürdürülebilir turizm kalkınması, turizm sektörünün ihtiyaçlarının, bugün mevcut olan kaynaklarla birlikte bunların gelecekte de değerlerinin korunarak karşılanması diye tanımlanmaktadır (Can, 2013:27).

Kuntay (2004) ise sürdürülebilir turizmi; gelecek için perspektiflerin geliştirildiği, turistlerin ve ağırlayan bölgenin güncel ihtiyaçlarını yerine getirdiği, yaşayan canlı sistemlerin, biyolojik çeşitliliğin, temel ekolojik süreçlerin ve kültürel bütünlüğün göz önüne alınarak estetik, sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarla birlikte tüm kaynakların yönetiminin bütünleştirildiği bir turizm anlayışı şeklinde ifade etmiştir (Aktaran, Can, 2013:27).

Sürdürülebilir turizmle ilgili yapılan tanımlarda görülen ortak noktalar; turizmde kullanılacak tüm kaynakların en verimli şekilde uzun süre kullanılabilmesinin temini, insan yerleşimi dokunun korunması, ekonomik ve sosyal eşitlik, kaliteye bağlılık ve toplumsal katılımıdır(Demir ve Çevirgen, 2006:4).

Sürdürülebilir turizm, doğanın korunmasına karşı verilmiş bir taahhüt ve yerel halk ile bütünleşmiş bir sosyal sorumluluk anlayışını benimser. Sorumlu turizm, yumuşak turizm, asgari etkili turizm, alternatif turizm olarak da adlandırılan sürdürülebilir turizm, gelecekteki fırsatları koruyup geliştirmeyi gözeterek, bugünkü turistlerin ve ev sahipliği yapan bölgelerin ihtiyaçlarını karşılama ilkesini benimser.

Sürdürülebilir turizmin temel ilkeleri:

- Talebe göre değil, arza göre turistik düzenlemelerin yapılması,
- Önceliklerin yerel halka verilmesi ve turizmin 12 aya yayılması,
- Toplu taşıma anlayışının yaygınlaşması,
- Toplumsal katılımın sağlanması,
- Temiz enerji kullanımı,
- Eylem halinde dinlenme (aktif dinlenme)
- Mevcut yapı stokunun kullanımı,
- Toplumsal ve kültürel benliğin korunması ve gerçek yaşamın sahnelenmesi,
- Turistik yatırımların esnek, gelişmeye açık ve uzun vadeli olması şeklinde sıralanabilir.

Turizmin sürdürülebilir olabilmesine imkân veren değerlerin bilinmesi ve korunması, geliştirilmesi ve çekiciliklerinin gelecekte de devam ettirilmesinin sağlanması önemlidir. Bu manada sürdürülebilir turizm, sektörün bileşenleri olan ve sektörü besleyen doğal çevre ve insan kaynaklarını olumsuz yönde etkilemeden, turizm kapasitesinin ve turizmle ilgili ürünlerin kalitesinin artırılması diye ifade edilebilir(Cronin, 1990:13).

Turizm yatırımları esnek ve gelişmeye açık olmalıdır. Turizmde yaşanacak dalgalanmalardan etkilenmemesi ve doğal dengenin bozulmaması amacıyla sahip olunan turizm değerlerinin hepsinin kullanılmaması doğru olacaktır.

Turizm emek yoğun bir sektördür. Turizm alanında alınacak kararlarda ve uygulama aşamasında yerel halk ile işbirliği içerisinde olunmalıdır. Turistler gittikleri turistik merkezlerde o yerin kültürünü dışlamamalı ancak bununla birlikte yerel halk da kendi kültürünü tanıtmada zorlayıcı davranışlar içerisinde olmamalıdır. Bölgede hizmet veren turizm işletmeleri ve yerel halk, kendi bölgelerine gelen turistlere ülkelerindeki ortamın aynısını yaşatmak zorunda olduklarını hissetmemelidir.

Turizmin gelişiminin sürdürülebilir olması için; turizm politikalarının eşgüdüm içerisinde ilgili birimler tarafından yerine getirilmesi, kısa, orta ve uzun vadeli planlamaların belirlenmesi gereklidir. Turizmin gelişmesinin gerçekleşmesinde en önemli faktör koruma ve kullanma dengesinin çok iyi ayarlanması gerekir. Sürdürülebilir turizmin gelişimi; doğal alanların korunması, yenilenebilmesi ve sahip olunan ekolojik dengenin korunması ile sağlanacaktır (Sarkım, 2008:4).

Sürdürülebilir turizm gelişimi yerel turist destinasyonlarında mutlak yoksulluğu ve eşitsizliği azaltmalıdır. Sürdürülebilir turizm, bakımsızlıktan, ilgisizlikten, eksikliklerden ve kötülüklerden kendilerini özgür hissetmeleri ve yerel insanın kendine özsaygı kazanması için, turizm destinasyonlarında gerekli şartların ortaya çıkarılmasına katkıda bulunmalıdır.

Sürdürülebilir turizm gelişimi sadece ülkesel büyümeyi değil aynı zamanda bölgesel ve yerel ekonomik gelişmeyi de hızlandırmalıdır. Bu büyüme sosyal katmanlar arasında adaletli bir şekilde paylaşılmalıdır.

Sürdürülebilir turizm gelişimi kendi ihtiyaçlarını karşılamak için, gelecek ürünlerinin kapasitelerini tehlikeye atmadan zamanın belirsiz bir döneminde ilkeleri ya da üst hedefleri elde etmelidir(Tosun, 2001:290-291, Aktaran; Sezgin ve Karaman, 2008:433).

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMDE YEREL AKTÖRLER

Dünyada küreselleşmeyle birlikte ulusal sınırların önemini kaybettiği günümüzde yerelleşmenin ve yerel aktörlerin aktif olduğu bir süreç başlamıştır. Yerelleşme süreciyle beraber yerel aktörlerin, yerel değerlerin etkinlikleri artmış, buna paralel olarak siyasette, ekonomide, sosyal hayatta ve diğer tüm alanlarda karar verme noktasında olanların yerel dinamikleri dikkate alma gereği ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda yerel aktörlerle işbirliği sağlanarak yereldeki ekonomik potansiyelin harekete geçirilmesi ve değerlendirilmesi gündeme gelmiştir. Literatürde yönetişim olarak adlandırılan ve tüm dinamiklerle iletişim ve işbirliği halinde olunan bu anlayış; ilgili aktörlerin ortak yönetim anlayışı sergilemelerini savunan, paydaşların yönetime aktif katılımını gerektiren bir süreçtir. Yerelde

yönetişim, destinasyonda bulunan paydaşlar arasında sağlıklı ilişkilerin geliştirilmesini hedef almalıdır(Kaya, 2008:115). Elbette yönetim denilen yönetim şeklinin gerçekleştirilmesinde paydaşların örgütlülüğü de önemlidir.

Turizm sektöründe de ulusal ve yerel ölçekte turizm faaliyetlerini icra eden örgütlülükler bulunmaktadır. Günümüz rekabet ortamında hem değişen şartlara uyum sağlamak hem de yerelde sürdürülebilir bir turizm destinasyonu oluşturabilmek ve gelen ziyaretçilerin memnuniyetini sağlayabilmekte yerelde hizmet veren tüm paydaşların iyi bir iletişim ve işbirliğine ihtiyacı vardır. Kozak vd. (2012) bir destinasyonda işbirliğinin ve örgütlenmenin önemini “domino etkisi” benzetmesiyle açıklamışlardır. Buna göre anlatılmak istenen, destinasyonu ziyaret eden turistlerin hizmet alırken tek bir unsurdan faydalanmadığı, çok sayıda coğrafi, ekonomik ve toplumsal unsurun

Birleşmesinden oluşan bir bütünü satın aldığıdır.

Bir turistik destinasyonda sürdürülebilirliğin sağlanması ve örgütlülüğü üzerine bir çok çalışma yapıldığı görülmektedir. (Jamal ve Getz, 1995; Bramwell ve Sharman 1999; Presenza 2006; Bornhorst vd. 2009; Kozak vd. 2012). Bütün bu çalışmalarda destinasyonlarda işbirliği ve örgütlenmenin önemine dikkat çekilmiştir. Kozak vd.(2012) ve Presenza (2006), paydaşlar arasında işbirliğinin gerekliliğini ortaya koyarken Jamal ve Getz (1995), işbirliği oluşturmak için altı temel koşulun varlığından söz etmiştir. Bunlar; paydaşların bağımsız olduklarına inanmaları, işbirliğinden yarar sağlamaları, alınan kararların gerçekleştirilebilir olması, destinasyonda var olan temel grupların(yönetim, turizmle ilgili dernekler, mesleki birlikler, sosyal kurumlar, halk vb.) sürece katılmaları, toplantıya çağırılan kişi ve kurumların uzman ve yasal olmaları, işbirliği sürecinin efektif olması koşullarıdır. Ayrıca Dünya Turizm Örgütü de bu konular üzerinde önemle durmakta ve çeşitli çalışmalar yapmaktadır (Genç vd.,2014: 51).

Turizm sektörü yerel ekonomilerin gelişmesini sağlayan önemli sektörlerden birisi olarak görülmektedir. Bu gelişmenin tam olarak sağlanabilmesi ancak sahip olunan turizm kaynaklarının verimli bir şekilde değerlendirilmesine bağlıdır. Bir destinasyondaki turistik arz kaynaklarının değerlendirilebilmesinin temel koşullarından birisi turizm sektöründeki doğrudan ve dolaylı tüm paydaşların desteğini vermesidir.

Yerelde turizm sektörünün gelişmesinde etkin olabilecek aktörler; valilikler, belediyeler, il özel idareleri, il turizm müdürlükleri, kalkınma ajansları, üniversiteler, meslek örgütleri, sivil toplum kuruluşları, turizm işletmeleri ve yerel halkın kendisi sayılabilir. Bütün bu aktörler buldukları yörenin turizmde istenilen noktaya gelmesi için işbirliği içerisinde çaba sarf ederler, sarf etmelidirler. Bir bütün halinde hareket etmelidirler. Ancak böylesi bir yaklaşımın sonucunda turizmde istenilen noktaya geleceklerdir. Yereldeki aktörlerden diğer bir tanesi de yereldeki medya araçlarıdır. Günümüzde her alanda medyanın etkisini yadsımak mümkün değildir. Yerel turizm değerlerinin tanıtılmasında, kamuoyu oluşturulmasında mutlaka medya araçlarından yararlanılmalıdır. Toplumun turizm bilincinin artırılmasında, üniversiteler ve diğer yerel aktörler medya araçlarından faydalanmalı, bu doğrultuda çalışmalar yürütülmelidir.

4. YÖNTEM

Çalışma sürdürülebilir turizm kapsamında Ordu ilinin tanıtımı için yerel dinamikler ile işbirliği ve iletişiminin önemini vurgulamak amacıyla yapılmıştır. Ordu ilinde turizmin geliştirilebilmesi ve sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulması için yerel dinamikler ile fikir alışverişinde bulunulması, yapılması gereken işlerde turizmle doğrudan ve dolaylı ilişkide bulunan tüm meslek gruplarınınbirlikte hareket etmesi, sorunların çözümü ve yeni önerilerin geliştirilmesinde işbirliği içerisinde ortak hareket etmenin önemi vurgulanmıştır. Bu bağlamda çalışmakamu kurum kuruluşları ve özel sektör yöneticileriyle yapılandırılmış görüşme tekniği ile iki ayrı kategoride hazırlanmış ucu açık 4'er soru yöneltilmiştir. Veriler yüzyüze yürütülen derinlemesine görüşme tekniği ile toplanmıştır.Ordu ilindeki kamu kuruluşları, özel sektör kuruluşları, meslek kuruluşları, sivil toplum kuruluşları vb. kurum yöneticileriyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Valilik, Ordu Büyükşehir Belediyesi, İlçe Belediyeleri, Ticaret ve Sanayi Odası, Esnaf ve Sanatkarlar Odası, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, El Sanatları

Derneği, Turizm İşletmecileri Derneği gibi sivil toplum kuruluşları ve turizm işletmeleri yetkililerinin olduğu yaklaşık 50 kişi ile görüşme yapılabilmektedir. Bu kişiler kamu sektöründe daha çok şube müdürü düzeyinde, özel sektörde ise işletme müdürlüğü düzeyindedir. Araştırma sonucunda turizmle dolaylı ya da doğrudan bağlantısı olan her birim ile iş birliği içerisinde olunması turizmin sürdürülebilirliği açısından oldukça önemlidir.

Yapılan görüşmelerde Ordu ilinin turizminin gelişmesine yönelik olarak işbirliğinin gerekliliği konusunda sorular sorulmuştur. Bununla ilgili olarak Ordu ilindeki kamu kuruluşları, özel sektör kuruluşları, meslek kuruluşları, sivil toplum kuruluşları vb. kurum yöneticileriyle görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Valilik, Ordu Büyükşehir Belediyesi, İlçe Belediyeleri, Ticaret ve Sanayi Odası, Esnaf ve Sanatkarlar Odası, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, El Sanatları Derneği, Turizm İşletmecileri Derneği gibi sivil toplum kuruluşları ve turizm işletmeleri yetkililerinin olduğu yaklaşık 50 kişi ile görüşme yapılabilmektedir. Bu kişiler kamu sektöründe daha çok şube müdürü düzeyinde, özel sektörde ise işletme müdürlüğü düzeyindedir.

5. BULGULAR

Ordu ilinde turizm potansiyelin daha iyi değerlendirilmesine yönelik çaba sağlayan belli başlı yerel dinamikler; valilik başta olmak üzere tüm kamu kurum ve kuruluşları, büyükşehir belediyesi ve ilçe belediyeleri, kalkınma ajansları (DOKA, DOKAP, TKDK), turizm dernekleri (Elsan, El Sanatları derneği, Ünye Turizm İşletmecileri Derneği, Ordu Seyahat Acenteleri ve Otelciler Derneği, Kayabaşı Eko Turizm Derneği, Kabak Dağı Eko Turizm Derneği), meslek örgütleri (Ordu Ticaret ve Sanayi Odası, Ordu Esnaf ve Sanatkarlar Odası), kent konseyi olarak sayılabilir.

Ordu ilinde turizmle ilgili yapılan çalışmalarda çoğunlukla belediyeler ile il turizm müdürlüğü, turizm işletmeleri ve kalkınma ajansları ile iletişim ve işbirliği gerçekleştirilmiştir. Bu çalışmalardan bazıları aşağıdaki gibidir:

5.1. Restorasyon Çalışmaları

Mesudiye Kültür Merkezi, Ünye Kalesi, Laleli Çivisiz Camii, Hacı Hulusi Camii, Ulubey Akoluk ve Sarpdere Köprüleri, Eskipazar Küçük Hamamı, Ünye Yalı Kilisesi, Kabadüz Harami Köyü Oluklu Çeşmesi, Ulubey Akpınar Köyü Beşoluk Çeşmesi, Bolaman Yenipazar Camii, Kahraman Sağra Konağı gibi turizm değerlerinin restorasyonu yapılmıştır.

5.2. Sokak Sağlıklaştırma Çalışmaları

Ordu ili merkezde Sıtkıcan Caddesi ve Menekşe Sokak ile Ünye ilçesindeki Kadılar Yokuşu'nun sağlıklaştırma çalışmaları yapılmıştır.

5.3. Kazı Çalışmaları

Ordu ili merkezde Kurul Kalesi ile Fatsa ilçesinde Cıngırt Kalesi'nde kazı çalışmaları yapılmıştır. Merkezde gerçekleştirilen Kurul Kalesi kazı çalışmaları Karadeniz Bölgesinde ilk arkeolojik kazı alanıdır. 2016 yılında Ordu Büyükşehir Belediyesi'nin katkısıyla yapılan kazı çalışmalarında kalenin kapısında mermerden bir Kibebe heykeli açığa çıkarılmıştır. Hellenistik döneme tarihlenen Kibebe heykellerini içerisinde ilk in-situ örneği olmasıyla çok önemlidir.

5.4. Turizm İşletme Belgeli Tesisler

Ordu ilinde turizmin gelişmesinde işbirliği ve katkı sağlayan toplamda 31 adet otel işletmesi olup bunların yatak sayısı 2580'dir. Ayrıca yatırım aşamasında 15 tesis bulunmakta bunların hizmete girmesiyle Ordu ilinde turizme hizmet veren otellerin toplam yatak sayısının 5000 olacağı tahmin edilmektedir. Diğer yandan Ordu ilinde 6 adet turizm işletme belgeli restaurant bulunmaktadır. Ordu ilinde 19'u A grubu, 12'si A grubu şube olmak üzere 31 adet seyahat acentesi vardır.

5.5. Çambaşı Kayak Merkezi Kompleksi

Türkiye'nin denize en yakın kayak merkezi olma özelliğini taşıyan Çambaşı Kayak Merkezi bu yıl hizmet vermeye başlayacak. Ordu Büyükşehir Belediyesi tarafından hizmete sunulacak kayak merkezi

kompleksi içerisinde dağ evi mimarisinde 8 yapı ve 2 telesiyej mekanik hattı bulunuyor. Kayak merkezinde ayrıca yeme-içme tesisleri yanında bir de sağlık merkezi olacak.

Çambaşı kayak merkezi hizmetinden başka Ordu Büyükşehir Belediyesi tarafından, Ordu ilinin turizminin gelişmesine yönelik faaliyetleri kapsamında adına türküler yakılan Boztepe'nin yollarını üç şeride çıkarma çalışmaları, Boztepe'ye 1000 kişilik seyir terası, bungalow evler ve macera park yapımı çalışmaları devam etmektedir. Bundan başka, Türkiye'nin 36. Tabiat Parkı olan Gölköy Ulugöl'ün çevre düzenlemesi tamamlanarak il turizminin faydasına sunulmuştur. Ayrıca Perşembe, Fatsa ve Ünye ilçelerine Kadınlar Plajları kurulması hizmetini de gerçekleştirmiştir.

Ordu Büyükşehir Belediyesi turizmle ilgili olarak yukarıdaki hizmetlerinin yanısıra, ülkemizde ses getiren Vosvos Şenliği, El Sanatları Festivali, Geleneksel Yayla Festivalleri gibi bir çok festival ve organizasyonlar düzenleyerek Ordu turizmine katkı sağlamaya çalışmaktadır.

5.6. Tanıtım Çalışmaları

Ordu ilinde tanıtım ile ilgili olarak çok önemli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalar gerçekleştirilirken turizmdeki paydaşların çoğundan destek alınmıştır. Fuarlara katılım amacıyla yapılan tanıtım çalışmaları; İstanbul'da gerçekleştirilen EMITT Fuarı, Almanya'daki Nürnberg Turizm ve Seyahat Fuarı, Ankara'da Travel Expo Fuarı, Dubai'de Arabian Travel Market Fuarı, Avusturya'da Avusturya Kültür Fuarı, Ordu 3.Ulusal Karadeniz Kitap Fuarı(Kültür ve Turizm Bakanlığının ve Altınordu Belediyesinin katkılarıyla 52 yayınevi katılım sağlamıştır), İzmir'de 85.İEF, 6.Uluslararası Karadeniz ve Anadolu Kültür Sanat Fuarı, İstanbul'da Ordu Tanıtım Günleri Fuarı, İzmir'de Travel Turkey İzmir Fuarı, Antalya'da 2.Uluslararası TASCAs Forumu gibi fuar organizasyonlarına katılım sağlanmış ve Ordu ilinin tanıtılmasına katkı sağlanmıştır.

Ayrıca tanıtım çalışmaları doğrultusunda TÜRSABinfo gezisi yapılmış ve İstanbul Anadolu Bölgesel Yürütme Kurulu üyeleriyle istişare toplantısı gerçekleştirilmiştir. Birleşik Arap Emirlikleri'nden gelen tur operatörleri ve seyahat acenteleri temsilcilerine Ordu gezdirilmiştir. Tanıtım seyyahları Bloggerler Ordu'ya getirilmiş, gezdirilmiş ve Ordu'nun turizmi ile ilgili olarak paylaşım yapmaları sağlanmıştır. KKTC Turizm ve Çevre Bakanlığı'nın Kıbrıs Tanıtım etkinliği, Arap yatırımcıların Ordu tanıtım gezisi, Körfez ülkelerinin basın mensuplarına Ordu tanıtım gezisi, 1.Uluslararası Türk-Arap İş Dünyası Zirvesi organizasyonları gerçekleştirilmiştir.

Tanıtım çalışmaları çerçevesinde medyaya önem verilmiş, Ordu ilinin turizm potansiyeli yerel, ulusal ve uluslararası çeşitli medya araçlarında tanıtılmaya çalışılmıştır. Bunlardan bazıları şöyledir; TRT 4K programı, SKYTÜRK 360 TV'de, BENGÜTÜRK TV'de, Pamukkale Dergisi, NTV'de Vedat Milor ile Tadı Damağında programı, NTV'de "Oksijenin Yurdu Ordu" belgeseli, "Doğadaki İnsan" programının Ordu çekimleri, ünlü sanatçı Murat Dalkılıç'ın klip çekimi. Uluslararası medyada ise, Al Arabia kanalının Ordu çekimleri ile Al Jazeera haber ekibinin Ordu'yu haber yapmaları örnek olarak gösterilebilir.

5.7. İşbirliği Projeleri

Ordu ilinin de içinde olduğu Karadeniz Bölgesi'ndeki illerin turizm potansiyellerinin geliştirilmesi, sürdürülebilir yapıya kavuşturulması doğrultusunda karşılıklı istişare ve fikir alışverişinde bulunmak amacıyla "Turizmde İşbirliği ve Güç birliği Projesi" gerçekleştirilmiştir. Bu niyet doğrultusunda önce İstanbul'da EMIT Fuarında ve daha sonra bölge illerinde çeşitli toplantılar yapılarak işbirliği ve güç birliğinin sağlanmasına yönelik kararlar alınmış ve uygulamalar yapılmıştır. İl Kültür ve Turizm müdürlüklerinin yanısıra, seyahat acenteleri, sivil toplum kuruluşları, yerel, ulusal turizm basınının da katıldığı ilk toplantıda; turizmde stratejik işbirliği, ortak destinasyonlar, tanıtım ve markalaşma stratejileri, güç birliği projesi oluşturma, tanıtım ve pazarlamada birlikte hareket etme, uluslararası fuarlarda destinasyon pazarlaması, iller arası turizm aktiviteleri sağlama, Türkiye tanıtımlarında bölgenin ve konseptlerin ön plana çıkarılması, kamunun-ajansların-desteklerinin ortak bir amaca hizmet ettirilmesi gibi kararlar alınmıştır.

İşbirliği Güç birliği Projesi kapsamında yapılan ikinci toplantıda; Ordu il kültür ve turizm müdürlüğü bünyesinde ortak bir Data Merkezi kurulmasına karar verilmiştir. Buna göre bölgeye tur düzenleyen acenteler, hizmet noktaları, kokartlı rehberler gibi bir çok faydalı bilgi bu data merkezine aktarılacak, merkezde toplanan bilgiler derlenip tüm paydaşlara iletilecek. Böylece ciddi bir bilgi ve tecrübe paylaşımı yaşanacak. İnternet üzerinde veya Facebook grubu üzerinde bir dijital data bloğu oluşturulacak, üyeler istediği anda bu dosyalara ulaşabilecek, ekleme yapabileceklerdir.

Yine bu proje kapsamında yapılan üçüncü toplantıda; turizm pazarlamasında ortak hareket etme ve böyle turizm potansiyelini ekonomiye kazandırma amacıyla kurulan “Turizmde İşbirliği ve Güç birliği Projesi” kapsamında Karadeniz bölgesi ile komşu bölgelerde turizmin geliştirilmesi ve sürdürülebilir yapıya kavuşturulması için karşılıklı fikir alışverişinde bulunmak, yapılması gereken çalışmalarda birlikte hareket etme noktasında fikir birliğine varılmıştır.

Ordu ilinin tanıtım çalışmalarına ve turizm potansiyelinin daha iyi değerlendirilebilmesine yönelik olarak “Ordu Turizm Çalıştayı” düzenlenmiştir. Bu çalıştaya; valilik, kaymakamlıklar, belediye başkanları, kamu kurum ve kuruluşlarının yöneticileri, seyahat acenteleri, tur operatörleri, turistik tesis işletmecileri, sağlık ve inşaat sektörü temsilcileri, üniversite temsilcileri katılım sağlayarak destek vermişlerdir.

Turizm sektöründe olduğu gibi birçok sektörde pazarlama ve tanıtım açısından önem kazanan sosyal medya ile ilgili olarak Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı(DOKA) tarafından “Sosyal Medyanın Etkin Kullanımı” ile ilgili olarak turizm işletmecilerine eğitim verilerek teknik destek sağlanmıştır.

6. SONUÇ

Turizm endüstrisi, dünyanın birçok ülkesinde ekonomik ve sosyal etkilerinin çok yoğun ve etkin olarak yaşandığı bir endüstridir. Her yıl yaklaşık bir milyar civarında insanın turizm hareketliliğine katılım sağladığı ve yaklaşık bir trilyon dolarlık etkinliğin gerçekleştiği turizm endüstrisi küresel ekonominin önemli bir parçasıdır. Günümüzde bu kadar büyük yoğunluğun yaşandığı turizm endüstrisinde sürdürülebilir olmak önem arz etmektedir. Sürdürülebilir olmayan turizm faaliyetlerinin uzun süreli olmayacağı muhakkaktır.

Turizm endüstrisinin sürekliliği turizm amaçlı kullanılan kaynakların korunması ve uygun kullanılmasına bağlı olacaktır. Turizm endüstrisinde faaliyet gösteren turizm işletmelerinin; koruma-kullanma dengesini çok iyi gözeterek tüketicilerin beklentilerine uygun, topluma ve çevreye duyarlı ürünler üretip hizmet vermesi, hem turizm kaynaklarının korunmasına hem de tüketici nezdinde iyi bir imaj oluşmasına imkân tanyacaktır. Turizm kaynaklarının sürdürülebilir olmasında endüstride var olan tüm paydaşların iletişim ve işbirliği içerisinde hareket etmesinin önemli olduğu aşikârdır. Turizmden elde edilecek faydaların gelecek kuşaklara aktarılması ancak ortak bir anlayış ve işbirliği anlayışının geliştirilmesiyle mümkün olacaktır.

Sonuç olarak turizmde sürdürülebilirliğin sistemli ve kalıcı bir şekilde devam ettirilebilmesinde, yerelde turizmin gelişmesinde; sektörden doğrudan veya dolaylı olarak yararlanan turizm işletmelerinin, kamu kurum ve kuruluşların, yerel yönetimlerin, üniversitelerin, sivil toplum kuruluşlarının, meslek birliklerinin, kalkınma ajanslarının, medya araçlarının ve halkın etkili bir iletişim ve işbirliği içerisinde olması turizmde sürekliliği sağlayabileceği gibi o yörenin turizmden elde edeceği faydaları yükseltecektir.

KAYNAKÇA

- Ay, M. (2013). Sürdürülebilirlik Kavramı ve Su, *IV. Ulusal Çevre ve Ekoloji Öğrenci Kongresi* İçinde, 08.09 Şubat 2013, Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Can, E. (2013). Turizm Destinasyonlarında Sürdürülebilir Turizmin Sürdürülebilir Rekabet Açısından Değerlendirilmesi, *İstanbul Journal of SocialSciences*, Sayı:4, 23-40.
- Cronin, L.(1990). A StrategyforTourismandSustainableDevelopments, *World LeisureandRecreation*, 32(3), 12-18.
- Demir, C. ve Çevirgen, A.(2006). *Eko Turizm Yönetimi*, Nobel Yayınevi, Ankara,

- Genç, K., Atay, L. Ve Eryaman M.Y. (2014). Sürdürülebilir Destinasyon Yaratma Sürecinde Örgütlenmenin Önemi, *Anatolia:Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 25, Sayı 1, ss.49-61,
- Kaya, E. (2008). Yerel Kalkınma ve Yerel Siyaset, *Yerel Siyaset. İçinde* (ss.115-125), 1. Baskı. Okutan Yayınları., İstanbul.
- Kozak, N.,Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2012). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özmehmet, E. (2008). Dünyada ve Türkiye’de Sürdürülebilir Kalkınma Yaklaşımları,*Journal of Yaşar University*, 3(12),1853-1876.
- Sarkım, M. (2008). Değişen Seyahat Eğilimleri Kapsamında Sürdürülebilir Turizm Anlayışının Turizm Politikaları Üzerine Etkileri, *2.Ulusal İktisat Kongresi içinde*,20-22 Şubat 2008, İzmir: Dokuzeylül Üniversitesi
- Sezgin, M. ve Karaman, A.(2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 429-437.
- Tosun, C. (2001). Challenges of Sustainable Tourism Development in The Developing World: The Case of Turkey, *Tourism Management*, Elsevier Science Ltd, 289-303.
- Ünye Turizm İşletmecileri Derneği Başkanı ile görüşme, 13.09.2017
- Yavuz, V.A. (2010). Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), ss.63-86.

İnternet Kaynakçası:

- <http://www.cevreciyiz.com/makale-detay/727/surdurulebilir-turizme-genel-bir-bakis> Erişim Tarihi: 08.08.2017
- United Nations, (2008), Report of The World Commission on Environment and Development, <http://www.un-documents.net/oc1-ov.htm> Erişim tarihi: 08.08.2017
- Ordu Valiliği, www.ordu.gov.tr, Erişim Tarihi: 11.09.2017
- Ordu Büyükşehir Belediyesi, www.ordu.bel.tr Erişim Tarihi: 11.09.2017
- Ordu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, www.ordukulturturizm.gov.tr Erişim Tarihi: 12.09.2017
- Ordu Ticaret ve Sanayi Odası, www.otso.org.tr 14.09.2017

AFYON KAYMAĞI VE AFYONKARAHİSAR MUTFAĞINDAKİ YERİ

Doç. Dr. Mustafa SANDIKCI
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Turizm Fakültesi
sandikcimustafa@hotmail.com

Fehmi ÖZKAN
Afyon Kocatepe Üniversitesi
Turizm Fakültesi Yüksek Lisans Öğrencisi
fehmi bereket@hotmail.com

ÖZET

Afyonkarahisar’da kırsal alanda yaşayan nüfusun çoğunluğu tarım ve hayvancılık ile uğraşmaktadır. Termal turizm ve sağlık turizmi ile ön plana çıkan Afyonkarahisar, Türkiye’nin “Termal Başkenti” olarak anılmaktadır. Afyonkarahisar Ege Bölgesi’nde yer alan bir il olmasına rağmen Ege Mutfak Kültürünü yansıtmamakta, daha çok mutfak kültürü İç Anadolu Bölgesi’ne benzemektedir. Afyonkarahisar Mutfağı’nı diğer mutfaklardan ayıran en önemli husus ise haşhaş, iç yağ, manda sütü ve ürünleri kullanımınıdır. Özellikle hamur işlerinde haşhaş ve iç yağ kullanılarak farklı lezzetler elde edilmektedir. Kaymak, Afyonkarahisar Mutfağı’nın vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır. Kaliteli kaymak, manda sütünden elde edilmektedir. Kaymak, kendine has üstün lezzet ve aroması ile herkesin seyerek tükettiği bir süt ürünüdür. İnek ve manda sütünden elde edilir. Manda sütünden yapılan kaymak daha lezzetli ve dayanıklıdır. Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir (Baytok vd., 2013).

Bu çalışmada Afyonkarahisar denince ilk aklı gelen kaymağın geleneksel olarak manda sütünden yapıldığını, Afyonkarahisar Mutfağındaki yeri ve kullanım alanları araştırılarak yöreye özgü gastronomik değerlerin korunması ve farkında olunması amaçlanmıştır. Çalışmada literatür taraması yöntemiyle daha önce yapılmış çalışmalar incelenmiştir. Yapılan çalışmalarda özellikle Afyon Kaymağının kaybolmaması için öneriler sunulmuş olduğu, Afyon Kocatepe Üniversitesi bünyesinde modern anlamda üretim tesisinin kurulduğu ve projelerle desteklenmeye çalışıldığı ve desteklerin daha da artırılması gerektiği sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Afyonkarahisar, Manda Sütü, Manda Kaymağı, Afyon Kaymağı.

ABSTRACT

The majority of the population living in rural areas in Afyonkarahisar is engaged in agriculture and animal husbandry. Afyonkarahisar, which comes to the fore with thermal tourism and health tourism, is known as the "Thermal Capital" of Turkey. Although Afyonkarahisar is a province located in the Aegean Region, the Aegean Cuisine does not reflect the Culinary Culture but rather the culinary culture is similar to the Central Anatolia Region. Afyonkarahisar Cuisine is distinguished from other kitchens by the use of poppy, inner oil, buffalo milk and products. Especially in pastries, different flavors are obtained by using poppy and inner oil. Cream is among the indispensables of Afyonkarahisar Cuisine. Quality cream is obtained from buffalo milk. Cream is a dairy product that everyone consumes with its superior taste and aroma. It is obtained from cow and buffalo milk. Slimming made from buffalo milk is more delicious and durable. It is one of the products identified with Afyonkarahisar.

In this study, it has been aimed to protect and be aware of specific gastronomic values of the region when it is said Afyonkarahisar it first come to mind Afyon Cream is traditionally made of buffalo milk. In this study previous studies which carried out by literature have been investigated. It has been concluded that some proposals have been made not to lost Afyon Cream, and Afyon Kocatepe University has established a production area in modern sense and it is tried to be supported by the projects and the support should also be increased.

Key Words: Afyonkarahisar, Buffalo Milk, Buffalo Cream, Afyon Cream.

1. GİRİŞ

Afyonkarahisar adını yaklaşık 3500 yıllık tarihe sahip olan, yerden 226 metre yükseklikteki Karahisar kalesinden ve haşhaş bitkisinden almıştır. Afyonkarahisar adında geçen “Afyon”, Latince’de tıpta ilaç yapımında kullanılan haşhaş bitkisinin özsuyu için kullanılan “opium” kelimesinin zamanla yazılış ve

söylenişte değişikliğe uğramış halidir (Yüksel, 2004). Afyonkarahisar, Türkiye'nin coğrafi bölgelerinden üçü üzerinde (Ege, Akdeniz, İç Anadolu) yayılan bir ildir. Büyük kısmı Ege bölgesinin İç batı Anadolu bölümünde bulunur. Afyonkarahisar, binlerce yıllık medeniyetlerin kültür ve sanatını yansıtan arkeolojik kalıntılarıyla, asırlık yapılarıyla, milyonlarca yılda oluşmuş mağaralarıyla, termal güzellik ve zenginlikleriyle, el sanatlarıyla, peri bacalarıyla, açık hava tapınakları ve mutfağıyla oldukça önemli bir yöredir. Önemli merkezleri birbirine bağlayan kara ve demiryolları Afyonkarahisar'dan geçer. Bu özellikleri sebebiyle Afyonkarahisar, yolların kesiştiği, bölgelerin birbirine bağlandığı bir merkez konumundadır. Orta Anadolu ile Ege Bölgesi'nin birleştiği nokta da bulunan Afyonkarahisar, Anadolu gelenek ve göreneklerini günümüze kadar getiren illerden birisidir (Yüksel 2004). Tarım ve hayvancılığında yaygın olduğu ilde bu durum geniş bir mutfağa dolayısıyla da çeşit olarak yöresel yemeklere de yansımaktadır.

Afyonkarahisar ilinin en önemli değerlerinden birisi kaymaktır. Kaymak Afyon ile özdeşleşmiş bir süt ürünüdür. Özdemir ve Karaca (2009) çalışmasında 'Afyon Denilince İlk Akla Gelen' sorusuna en fazla %36.8 ile 'Kaymak' cevabı alınmıştır. Afyon kaymağı manda sütünden yapılmaktadır. Özellikle kaymak denilince akla geleneksel bir süt ürünü olan manda kaymağı gelmektedir. Afyon kaymağı 2003 yılında Coğrafi İşaret Tescil Belgesini almıştır. Çünkü kendine has beyaz rengi, kıvamı ve lezzeti ile diğer süt kaymaklarından çok farklıdır. Kültürel değerler küreselleşme süreci ile birlikte tükenmeye yüz tutmuş olup, kültürel değerlerin sürdürülebilirliği günümüzde tartışılmaya başlanmış, korunma gerekliliği gün yüzüne çıkmıştır. Soyut kültürel mirasın somut olarak yansımaları olan yiyecek ve içecek kültürü de bu durumdan nasibini almıştır. Küreselleşme ile birlikte hızlı yemeğe dayalı tek düze bir yemek kültürü oluşmaya başlatırken yöresel ve geleneksel gastronomik değerler yavaş yavaş kaybolmaya başlamıştır. Bu bağlamda bu kuramsal çalışmada destinasyondaki yerel tarımsal faaliyetleri ve yerel mirası destekleyen bir gastronomi turizmi anlayışını ifade eden sürdürülebilir gastronomi turizmi hareketliliği ve yöresel gastronomik mirası koruma, tanıtma ve ekonomik değer katama aracı olarak ele alınan coğrafi işaretleme sisteminin bu hareketlilikteki rolü ortaya konulmaya çalışılmıştır.

2. AFYONKARAHİSAR MUTFAK KÜLTÜRÜ

Tarım ve hayvancılığın yaygın olduğu ilde bu durum çeşit olarak yöresel yemeklere de yansımaktadır. Afyon yöresi yemekleri incelendiğinde; et yemekleri, hamur işleri ve sebze yemeklerinin yaygın olarak yapıldığı görülmektedir. Bölgeye özgü bazı ürünlerin (örneğin haşhaş) yöre yemeklerinde yoğun olarak kullanılması çeşit zenginliğinin oluşmasında etkilidir. Afyon mutfağının genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir: Haşhaş ve haşhaş yağı (özellikle hamur işlerinde) yaygın olarak kullanılır. Yöresel yemeklerde et kullanımı yaygındır. Hamur işleri Afyon mutfağında önemli yere sahiptir. Çoğunlukla haşhaş ilavesi ile hazırlanan hamur işlerinde, başta mercimek olmak üzere peynir, patates ve kıyma iç malzemesi olarak kullanılır. Afyon mutfağında birçok sebzenin yemeği yapılmaktadır. Patlıcan, kabak, pırasa ve maydanoz musakkası yapılan sebzelerdir. Patlıcan önemli bir yere sahiptir ve 20'den fazla çeşitte yemeği yapılmaktadır. Bunlardan patlıcan böreği Afyon'a özgü bir yemektir. Kaymak, Afyon'a özgü bir üründür ve Afyon mutfağının vazgeçilmezleri arasında yer alır. Kaymak, bal ve reçel ile kahvaltılık olarak tüketildiği gibi meyvelerden yapılan tatlılar ile birlikte ekmeğe kadayfında da kullanılır (Baysal, 1991).

3. MANDA KAYMAĞI VE ÜRETİMİ

Dünya süt üretiminin %5'i manda kaynaklıdır (Soysal, 2006). Bazı ülkelerde tüketiciler, sığır sütüne göre daha fazla para ödeyerek manda sütünün tercih edildiği bilinmektedir. Yapısal olarak manda sütü, inek sütüne göre daha az su, daha çok kuru madde, mineral, yağ ve protein içermektedir (Erdem ve Atasever, 2007). Yüksek kuru maddenin yanında yüksek yağ ve kalori içermesi, manda sütünün üstün ve ayırıcı özellikleri olarak değerlendirilmektedir (Soysal, 2006). Manda sütü, inek sütü gibi tereyağı, kaymak, sert ve yumuşak peynir, dondurma, yoğurt gibi pek çok ürüne işlenmektedir. Ülkemizde bölgelere göre, bazı bölgelerde kaymak, bazı bölgelerde ise peynir üretimi ön plandadır. Manda sütünün yağ oranının diğer sültere göre iki kat fazla olması kaymak yapımında öne çıkmaktadır. Kaymak çeşitli hayvan sülterinden yapılırsa da daha çok manda sütünden elde edilmektedir (Kan,

2015:) Ancak tüketici bilinçsizliği nedeniyle henüz istenilen düzeyde tüketim düzeyine ulaşamamaktadır. Özellikle Afyon yöresinde elde edilen kaymak, rulo halinde sarılarak pazarlanırken, ülkemizin dünyaca ünlü tatlılarının da vazgeçilmez bir unsurunu oluşturmaktadır (Soysal, 2006).

3.1. Manda Kaymağı

Ülkemizde üretilen geleneksel kaymak Afyon kaymağı ve Lüle kaymağı olmak üzere 2 çeşittir. Esas olarak kaymak diğer hayvanların sütlerinden de elde edilecek olmakla beraber en kalite kaymak manda sütünden elde edilir. Çeşitli süt ürünlerinin üretiminde önemli bir kalite kriteri olan süt yağı ülkemizde bazı yöresel süt ürünlerinin üretiminde kaymak yapımında kullanılır (Kurt ve Özdemir, 1988 ; Çon ve ark., 2000). Özellikle kaymak Afyon yöresinde lokumun içerisine sarılarak kaymaklı lokum şeklinde tüketilmektedir (Adam, 1971). Kaymak üretiminde çeşitli hayvan sütleri kullanılmakla birlikte daha çok manda sütü tercih edilir. Manda sütünün yağ ve kuru madde miktarının yüksek olması ve yağ renginin de beyaz olması kaymak üretiminde tercih edilmesinin başlıca nedenidir (Tekinşen, 2000).

Türk Gıda Kodeksi Krema ve Kaymak Tebliğine göre; Kaymak, ağırlıkça en az % 60 oranında süt yağı içermesi gerekmektedir. Afyon Kaymağı ise manda sütünün tekniğine uygun bir ısı işleminden geçirilerek (92 °C' de en az 2 dakika) ve daha sonrada tekniğine uygun olarak soğutulması ile elde edilen süt ürünüdür. Bundan dolayı Afyon Kaymağında da süt yağı oranı ağırlıkça en az % 60 olmalıdır Kaymak kürecikler halinde bulunan süt yağının sütün plazma kısmıyla olan özgül ağırlıklarının farkıyla oluşmaktadır. Özgül ağırlığı az olan yağ kısmı yavaş yavaş yağ kürelerinin yukarı çıkmasıyla sütün yüzeyinde toplanır. Sütün yüzeyinde toplanan yağ kürecikleri tabaka halinde yağca zenginleşir böylece kaymak tabakası oluşur (İnal, 1990).

Geleneksel Afyon Kaymağı, süt sağıldıktan sonra, süzülerek 2,5-3 litrelik çelik kaymak tavalarına alınır, tavalar yaklaşık 30 dk süre ile 95°C'ye gelinceye kadar ısıtılır. Bu sıcaklıkta 'göbek bağlama' olarak adlandırılan süt kabarması gerçekleştiğinde ısıtma işlemine son verilir. Isıtma işlemi sonrası tavalarda oda sıcaklığında 1-2 saat soğumaya bırakıldıktan sonra +4 0C'de 12-14 saat bekletildikten sonra oluşan kaymak tabakası, tava cidarından kesilerek alınır (Hamzaçebi,1973; Korkmaz, 1990).

Kaymak ülkemize has geleneksel bir ürün olup en iyi kaymak yağ oranının yüksek, kuru madde bakımından zengin ve kaymak bağlama yeteneğinin yüksek olması sebebiyle manda sütünden yapılmaktadır. Belli oranlarda taze inek kreması ile zenginleştirilen kaymak üretilmekte fakat bu kaymak daha ince ve sarımtırak olmaktadır. Bu inek sütüyle yapılan kaymak inek sütünden fiziksel yöntemlerle ayrılan ve en az % 60 oranında süt yağı içeren krema, pastörizasyon ya da eşdeğer ısı işleminden sonra paketlenildikten sonra piyasaya sunulmaktadır. Kaymak kadayıf, baklava gibi tatlılar üzerine konulup süsleme ve tat verme amacıyla yenilmesi yanında kahvaltılarda da tüketilmek üzere değişik şekilde ve ambalajlar içerisinde sunulan bir üründür (Akalin ve ark., 2006).

3.2. Dünyada Manda Kaymağı Üretimi

Dünya manda varlığının %85'ine sahip olan ve sırasıyla en fazla mandaya sahip Hindistan, Çin ve Pakistan'da manda sayılarının hızla artmasıdır (Yılmaz, 2013: 18). Dünyada manda sayısı son 15 yılda sürekli bir artış eğiliminde olup 2000 yılı itibariyle yaklaşık %20 büyümüştür. Dünyada manda varlığı açısından Hindistan ve Pakistan öne çıkmaktadır. Toplam manda varlığının yaklaşık %75'ini bu ülkelerde bulunmaktadır. Ülkemizde de manda 1980 den sonra düşüş eğilimi göstermiştir. Ancak son yıllarda manda sayısında artışlar gözlemlenmektedir.

Tablo:1 Dünya manda varlığın açısından öne çıkan ülkeler

Ülke Adı	Manda Sayısı (adet)	Oran %
Hindistan	109.400.000	56,44
Pakistan	33.680.000	17,38
Çin	23.250.000	12,00
Türkiye	107.435	0,06
DÜNYA	193.821.181	100

Kaynak: FAO, 2013

Tabloda ilk üç ülkenin manda varlığı sayısında ciddi bir üstünlüğü görülmekte ve yaklaşık toplam sayının %86'sıdır. Ülkemizin tarım ve hayvancılık yapmaya elverişli bir ülke olduğu düşünülürse % 1 bile olmayan manda sayısını yetersiz olduğu aşikârdır.

Aras (2015) yılındaki süt ve süt ürünleri sektör raporunda, manda sütü üretiminde Hindistan 70 milyon ton ile dünyada toplam üretimin varlığının %87'sine sahiptir. Ülkemiz sahip olduğu manda sayısı ile dünyada 10.sırada yer almaktadır. AB ülkeleri içerisinde İtalya ve Yunanistan dışında manda yetiştiriciliği yapılmamaktadır. Dünyada son yıllarda manda ürünlerine olan ilgi artmış bu nedenle manda sayısı ve manda sütünden elde edilen ürünlerde de azda olsa artışlar yaşanmıştır(Aras, 2015).

3.3. Türkiye'de Manda Kaymağı Üretimi

Ülkemizde toplam kaymak üretiminin %88'i yağ oranı %29'un üzerinde olan kaymaktan oluşmaktadır. Kaymak üretimi son yıllarda ciddi düzeyde artış göstermiş olup, 2011 yılı üretimine göre yaklaşık %56 büyüyerek 31.128 tona ulaşmıştır (Aras, 2015).

Tablo:2 Türkiye'de kaymak üretimi

Yıl	Kaymak üretim(ton)
2011	19848
2012	25331
2013	29445
2014	31128
2015	32097
2016	31669

Kaynak: TÜİK ve Ulusal Süt Konseyi verilerinden derlenmiştir

Tablo 2'ye bakıldığı zaman kaymak üretiminde çalışmalarla bir artış gözlenmektedir. Bu miktarlar hem manda hem de inek sütünden yapılan kaymak miktarını göstermektedir. Bu artışın yeterli olmadığı ve üreticilerin desteklenerek hem manda sütünde hem de manda kaymağı üretiminde artırılması gerekmektedir.

Tablo:3 Türkiye’de Sağılan Hayvan (Manda) Sayısı Ve Süt Üretimi

Yıllar	2011	2012	2013	2014	2015
Sağılan Hayvan Sayısı	40.218	46.959	51.940	54.891	62.999
Süt Miktarı (ton)	40.372	46.989	51.947	54.803	62.760

Kaynak TÜİK, Haziran 2016

Tablo 3’e bakıldığında sağılan manda sayısında ve buna paralel olarak ta manda sütünde sürekli bir artışın olduğu görülmektedir. 2011 yılından 2016 ya kadar hem sağılan manda sayısında ve manda sütü miktarında yaklaşık % 57’lik bir artış vardır.

3.4. Afyonkarahisar’da Manda Kaymağı Üretimi

Afyonkarahisar’da manda yetiştiriciliği manda kaymağına dayalı olduğu için pazar olanaklarının elverişli olması nedeniyle merkez ve bağlı köylerinde yoğunlaşmıştır (Kan, 2015). İlçelerinde yeteri kadar pazar bulunmadığından manda varlığı sürekli azalmaktadır. Elde edilen sütün tamamına yakını kaymak yapımında kullanılmaktadır. Kaymağın yapımından geriye kalan süttten genellikle yoğurt yapılmaktadır (Yılmaz, 2013). Özellikle manda sütünden yapılan kaymak, manda yoğurdu, manda peyniri, manda tereyağı diğer ürünlere örnektir.

Afyon Kaymağı 31.12.2003 yılında Afyonkarahisar Sanayi Odası Başkanlığı tarafından Türk Patent Enstitüsüne başvurusu yapılarak 07.12.2005 tarihinde 26016 sayılı Resmi Gazete de ilan edilmiştir. 555 sayılı Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkındaki Kanun Hükmündeki Kararname’nin 12. Maddesi gereğince 31.12.2005 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere TPE 115 Tescil No ile tescil edilmiştir.

Afyon Kaymağının ayırt edici özelliği olarak; manda sütünden elde edilir. Afyon’un coğrafi konumu ve coğrafi özellikleri, rakımı, sert iklim şartları, doğal kaynak suları, sahip olduğu mera ve otlaklar, mandaların daha çok doğal otlak ve yaylalarda çeşitli otlar yiyerek beslenmeleri, besiye çekildiklerinde özellikle Afyon’a özgü haşhaş (yerel tanımıyla haşkeş) küspesi ile beslenmeleri manda sütüne ayrı bir lezzet vermektedir. Bu süttten yapılan kaymak ayrı bir lezzet ve dayanıklılığa sahiptir. Kimyasal analizine göre Afyon Kaymağı analiz raporu; Su %33, Kuru Madde %67 şeklindedir (Türk Patent Enstitüsü, 2017).

Üretim tekniği olarak sabah erken saatlerinde sağılan manda sütleri süzülür. 2-2,5 litrelik bakır kaymak tavalarının yarısına gelecek şekilde aktarılır. Tava, ağır yanan ocağın (Kuzinenin) veya mangal kömürü ateşinin üzerine alınır. Süt kabarcıca kadar yüzeyde oluşan tabaka kırılmadan pişirilir. Ocaktan alınarak üzerine bez örtülür. Ardından daha kalın bir örtü örtülerek akşama kadar bekletilir. Akşam sütleri sağılıp, süzülür. Tavaların yüzeyinde biriken kaymak tabakasının etrafı büyükçe bir iğne ile çizilip tava ile bağlantısı kesilir. Süzülen sütler, kaymak tabakasının kenarından yavaş yavaş tavaya aktarılır ve tava iyice doldurulur. Ocağa alınır ve süt taşırılmadan kabarcıca kadar tekrar pişirilir. Ocaktan alınır ve üzeri örtülerek 5-6 saat daha bekletilir. Sonra üzerleri açılıp, tavalarda kışın soğuk bir yere, yazın buzdolabına alınır. Ertesi sabah tavalarda oluşan kaymaklar iğne yardımı ile önce artı şeklinde kesilir. Sonra tava ile de bağlantısı kesilerek, elle tavadan alınıp kaymak tabaklarına yerleştirilir (Türk Patent Enstitüsü, 2017).

Ayrıca; 2012 yılında Afyon Kocatepe Üniversitesi (AKÜ) Veteriner Fakültesi tarafından Sürdürülebilir Kırsal ve Kentsel Altyapı Mali Destek Programı (SÜKAP) kapsamında Zafer Kalkınma

Ajansı'na sunulan proje ile "Manda yetiştiriciliği ve manda ürünlerine karşı ülkemizde mevcut bulunan potansiyel yaklaşımlara yenilikçi bir bakış açısı kazandırılıp, sektöre artı değerler katmak" amacıyla sunulan proje bütçesi, yaklaşık 1,5 milyon lira olup, yüzde 50 hibe desteği ile Hayvancılık Araştırma ve Uygulama Merkezinde (KÜHAM) Modern Manda Yetiştiricilik Sisteminin Kurulması tesis kurulmuştur. Tesis toplam 200 m2 kapalı alana kurulmuştur. Modern Mandacılık Tesisleri Türkiye'de ilk kez bir üniversite bünyesinde kurulan tesiste süt alım ünitesi, pastörizasyon ünitesi, krema seperatörü, fresh mozzarella ünitesi (diğer ekipmanlar ile doğrama, haşlama, yoğurma ve gramajlama kaşar ünitesi, yoğurt ünitesi, kaymak ünitesi, ayran ünitesi ve CIP ünitesi ile soğuk hava ve inkubasyon odaları bulunmaktadır.

4. AFYONKARAHİSAR MUTFAĞINDA KAYMAĞIN YERİ VE KULLANIM ALANLARI

Afyonkarahisar geçiş güzergâhında olması nedeniyle büyük bir kitleye ulaşma imkânı bulunmaktadır. Bu imkân doğru değerlendirildiğinde gıda alışverişi bakımından ülkemizde ilk sırada gelen şehirlerden en önemlisi olma ihtimalinin yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Afyon da kaymak denilince manda kaymağı aklı gelmektedir. İnek sütünden de yapılmasına rağmen manda sütü tercih edilmektedir. Çünkü manda sütünden elde edilen kaymak daha lezzetli, beyaz ve dayanıklıdır (Baytok vd., 2013: 27). Kaymak, Afyonkarahisar tatlılarının vazgeçilmez eşlik edicisidir. Kaymak, Afyonkarahisar Mutfağının vazgeçilmezleri arasında yer alır. Kaymak, bal ve reçel ile kahvaltılık olarak tüketildiği gibi, meyvelerden yapılan tatlılarda ve ekmek kadayıfında kullanılır. Bunun yanında koyu şeker şurubu çırpılarak beyazlatılır, içine kaymak ve vanilya katılıp yoğrularak, kaymaklı şeker elde edilir (Aydın, 2015: 21).

Kaymak, kendine has üstün lezzet ve aroması ile herkesin severek tükettiği bir süt ürünüdür. Sade olarak yenilebildiği gibi, çeşitli tatlıların besleyici değerini ve lezzetini artırıcı bir çeşni maddesi olarak da kullanılır. Özellikle çocukların ve gençlerin bal, reçel ve şekerle karıştırıp severek yedikleri bir gıdadır. Bunun yanında, gastrit ve ülser gibi çeşitli mide rahatsızlıklarının tedavisinde bal ile karıştırılarak da kullanılmaktadır. Kaymak üretiminin fazla olduğu yörelere özgü şekerlemelerin imalatında da kullanılır. Afyonkarahisar'da üretilmekte olan kaymaklı şeker bunun tipik bir örneğidir (Baytok, 2001: 36). Kaymak; Kaymaklı Lokum, Kaymaklı Şeker, Kaymaklı Ekmek Kadayıfı, Kaymaklı Kabak Tatlısı, Kaymaklı Baklava, Elmasiye(Kaymaklı Elma Tatlısı), Güllaçta ve kahvaltılık olarak kullanılmaktadır.

Afyonkarahisar'a özgü bir ürün olan kaymaklı şeker, Afyonkarahisar ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Kaymaklı şeker, 20. Yüzyılın başlarında şekerçi Salih Usta tarafından yapılmış bir şekerlemedir. Kaymaklı lokum Afyonkarahisar ile özdeşleşmiş ürünlerden birisidir. Bunun yanında Afyon Kaymağı hala ticari olarak yöreye yeterli seviyede ekonomik katkı sağlayamamaktadır. Bu durumun sebebi ise kaymağın depolanmasının, muhafaza edilmesinin, taşınabilirliğinin ve satış pazarlamasının zor olması, kaymağın yöreden dışarıya açılmasından dolayı yerinde ve kısa zamanda (4-7 gün) tüketimi zorunlu kılmaktadır. Ama depolanma ve pazarlama olanakları geliştirilirse, Afyon Kaymağı yöreye ciddi anlamda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaymaklı Ekmek Kadayıfı Tarifi (Porsiyon Adedi: 24 kişilik)

Malzemeler: 1 adet hazır ekmek kadayıfı, 3,5 kg toz şeker, 3 litre su, yarım limon suyu, kaymak.

Hazırlanışı: Ön hazırlık olarak şeker, limon suyu ve su kaynatılarak şerbet hazırlanır. Diğer tarafta, ekmek kadayıfı, pişirme tepsisinin içinde 10-15 dakika ılık su ile ıslatılır ve kabarması sağlanır. Suyu süzülen ekmek kadayıfı, ocağa konulur. Üzerine, hazırlanan sıcak şerbet dökülür. Pişirme işlemi devam ederken, kadayıf ile tepsinin kenarı arasında biriken şerbet, kepçe yardımı ile kadayıfın üzerinde gezdirilir. Bu işlem, kadayıf şerbetin tamamını çekinceye kadar devam eder. Ekmek kadayıfı ters çevrilerek pişirildiği tepsiden daha küçük bir tepsie alınır. Soğumaya bırakılır. Soğuyunca, üzerine kaymak konularak servis yapılır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Geleneksel “Afyon Kaymağı” manda sütünden üretilen bir süt ürünüdür. Fakat manda sütü üretiminin yetersizliği ve geleneksel üretim yönteminin zahmetli olması nedeniyle, son yıllarda fiziksel ayırma yöntemi uygulanarak inek sütü kremasından üretilmektedir. Bu şekilde üretilen kaymak, ham madde, ürün nitelikleri ve üretim şeklinin farklı olması nedeniyle Afyon Kaymağından farklılık arz eder. Özdemir ve Karaca'nın Afyonkarahisar kenti imajı üzerine yaptıkları çalışmada (2009); Afyon denince ilk akla gelen kelimenin “kaymak” olduğu tespit edilmiştir. Afyonkarahisar'ın gıda sektöründe özellikle kentin ismiyle bağdaşmış ve markalaşmış olan ‘Afyon Kaymağı’nın kalitesini ve lezzetini arttırmak için etkin çalışmaların yapılması gerektiği, üreticilerin bu anlamda çeşitli projelerle desteklenmesinin uygun olacağı düşünülmektedir (Pamuk, 2017: 88).

Kan'ın (2015) yaptığı çalışmada, Afyonkarahisar ilinin farklı bölgelerinden toplanan manda sütlerinden elde edilen kaymak ve kaymakaltı sütlerinde insan sağlığı açısından zararlı olabilecek bir kontaminasyonun bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Afyon kaymağı çok meşhur olmasına rağmen önemli sorunlara sahiptir. Bu sorunların basında raf ömrünün kısa olması gelmektedir. Değişik depolama ve paketleme teknikleri kullanılarak kaymak lokumunun raf ömrünün uzatılabilmesi mümkün olabilecektir. Kaymağın raf ömrü genellikle buzdolabı koşullarında 4-5 günü geçmemekle beraber sadece kış mevsiminde nadiren 6-7 güne çıkabilmektedir (Ayar, 2007). Ülkemizde ve Afyonkarahisar'da manda yetiştirme alanlarının azalmasıyla birlikte manda sayısının azaldığı, AKÜ tarafından merkez oluşturulmasına rağmen maliyet-gelir ilişkisi açısından üreticiler tarafından manda yetiştiriciliğinin fazla tercih edilmediği, bu sebeplerle sayılarının dolayısıyla süt ve kaymak üretiminin azaldığı aşikârdır. Manda kaymağı'nın varlığını devam ettirmesi ve üreticiler için tercih edilen bir ekonomik faaliyet olması için mutlaka devlet tarafından destekleniyor olması gerekliliğidir. Afyonkarahisar'ın gıda sektöründe özellikle kentin ismiyle bağdaşmış ve markalaşmış olan ‘Afyon Kaymağı’nın kalitesini ve lezzetini arttırmak için etkin çalışmaların yapılması gerektiği, üreticilerin bu anlamda çeşitli projelerle desteklenmesinin uygun olacağı düşünülmektedir. Bu durumun devlet kontrollü veya devlet destekli geliştirilmesi manda sütü üretimi ve kaybolmaya yüz tutmuş değerimiz Afyonkarahisar'ın kaymağı'nın gerekli önlemler alınarak ve düzenlemeler yapılarak gelecek nesillere aktarılması ve korunması sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Adam, R.C. (1971). Süt III. Çeşitli Ürünler ve Artıkları. E.Ü.Z.F. Yayınları No: 170. İzmir.
- Akalın, A.S., Göncü, S. Ünal, G. Ökten, S. (2006). Determination of Some Chemical and Microbiological Characteristics of Kaymak. *Grasas Y Aceites*, 57 (4), 429-432.
- Anon, 2003. Krema ve Kaymak Tebliği. T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü. <http://www.kkqm.gov.tr/TGK/Tebliğ/2003-34.html>
- Aras, İ. (2015). Süt ve Süt Ürünleri Sektör Raporu, Araştırma Etüt Planlama Birimi, Mevlana Kalkınma Ajansı, Konya.
- Ayar, A., 2007, Süt ve Ürünlerinin Muhafazasında Yeni Bir Uygulama (CO2 Đle Muamele), http://www.gidaraporu.com/sut-sut-urunleri_g.htm
- Aydın, E. (2015). Gastronomi Turizminin Şehir Markalaşmasına Etkisi: Afyonkarahisar İli Örneği. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Baysal A. Afyonkarahisar'ın Beslenme Kültürü. II. Afyonkarahisar Araştırmaları Sempozyumu Bildirileri, Afyon Belediyesi Yayınları, Afyon - 1991.
- Baytok, A., Pekiyan, A., Yılmaz, H., Başat, T. H., Emren, A., Çelik, T., Çelik E., Kara, A. M., Gürel, N., Uyan, M. (2013). Afyonkarahisar Yemek Kültürü. Afyon Kocatepe Üniversitesi.
- Baytok, M. Y. (2001). Afyon Kaymağı Ve Kaymaklı Şeker Üretimi. Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen Ve Mühendislik Bilimleri Dergisi, 1(2): 35-40.
- Çon, A. H., Gökçe, R., Gürsoy, O. (2000). Farklı Şekillerde Ambalajlanan Afyon Kaymaklarının Muhafaza Sürelerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. VI Süt ve Süt Ürünleri Sempozyumu, Tekirdağ, s. 557 – 566.
- Güngör, N. (2017). Kişisel Arşivlerde İstanbul Belleği Taha Toros Arşivi http://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:qNn_RrzYmEJ:scholar.google.com/+

[afyon+kaymakl%C4%B1+%C5%9Fekeri+&hl=tr&as_sdt=0,5](#) Erişim Tarihi: 1 Temmuz 2017.

- Hamzaçebi, Y. (1973). Afyon ve Çevresinde Satışa Arz Edilen Kaymakların Hijyenik Kaliteleri Üzerinde Araştırmalar. Doktora Tezi, Ogun Kardeşler Matbaası, Ankara.
- İnal, T. (1990). Süt Ve Süt Ürünleri Hijyen Ve Teknolojisi. Final Ofset, İstanbul.
- Kan, F. (2015). Afyon Manda Kaymağı ve Kaymakaltı Sütlerinde Bazı Ağır Metallerin ICP-MS ile Araştırılması (Master's thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü).
- Korkmaz, O. (1990). Afyon Kaymağının Dünü ve Bugünü. Beldemiz, Afyon Belediyesi Bülteni, 6(21);29-30, Afyon.
- Kurt, A., Özdemir, S., (1988). Erzurum'da Yapılıp Satılan Kaymakların Bileşimi ve Mikrobiyolojik Kalitesi. Gıda, 13: 205-208.
- Ligda, D., 1998. Water Buffalo. <http://ww2.netnitco.net/users/djligda/wbfacts2.htm> (18.02.2007).
- Özdemir, Ş. ve Karaca, Y. (2009). Kent Markası ve Marka İmajı Ölçümü: Afyonkarahisar Kenti İmajı Üzerine Bir Araştırma. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 11, (2). 113-134.
- Pamuk, Ş. (2017). Geleneksel Afyon Kaymağı Üretimi. Atatürk Üniversitesi Veterinerlik Bilimleri Dergisi, 12(1): 84-89.
- Soysal, İ., 2006. Manda ve Ürünleri Üretimi. Tekirdağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Zootekni Bölümü, Ders Notları. Tekirdağ.
- Tekinşen, C. (2000). Süt Ürünleri Teknolojisi, Selçuk Üniversitesi Basımevi, Konya.
- Türk Patent Enstitüsü (2017) Coğrafi İşaret Tescil Belgesi <http://www.turkpatent.gov.tr/TurkPatent/resources/temp/71213309-31B3-4C6D-A6F0-905F25F6FAE4.pdf> Erişim Tarihi: 1 Temmuz 2017.
- Yılmaz, S. (2013). Afyonkarahisar Yöresinde Manda Yetiştiriciliği; Küçük Çobanlı Köyü Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Zootekni Anabilim Dalı. s: 43 – 50.
- Yüksel, İ. (2004). Afyon Tarihi. M. Uyan, İ. Yüksel ve N. Avşar (Ed.), Afyon'un Kilidi Afyon içinde (45-61). Afyonkarahisar: Afyonkarahisar Valiliği.

FOTOĞRAFLARIN TURİST DENEYİMİ ÜZERİNDEKİ POZİTİF VE NEGATİF ETKİLERİ: KAVRAMSAL BİR YAKLAŞIM

Arş. Gör. Eyüp KARAYILAN
İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi
Turizm İşletmeciliği Bölümü
eyup.karayilan@istanbul.edu.tr

Öğr. Gör. Gönül AKIN
Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu
Sivil Hava Ulaştırma İşletmeciliği Bölümü
gonulakin@beykent.edu.tr

Parvin GULUZADA
Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı
pervinguluzade@gmail.com

Öz

Teknolojik gelişmelerin ve insan davranışlarındaki değişikliklerin etkisiyle birlikte fotoğraf üretmek ve paylaşmak bireylerin en yaygın günlük aktivitelerinden birisi haline gelmiştir. Buna paralel olarak, güncel araştırmalarda da belirtildiği gibi fotoğraf üretmek ve paylaşmak aynı zamanda yeni nesil turistlerin önemli bir seyahat motivasyonu olmuştur. Bireylerin seyahatleri boyunca fotoğraf üretme ve paylaşma eğilimi göstermeleri sebebiyle konuyla ilgilenen çok sayıda araştırma yapılmıştır. Fotoğrafların turistler üzerindeki etkilerini inceleyen araştırmaların sayılarının hızlı bir şekilde artış göstermesine rağmen bu araştırmaların çoğu fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki pozitif etkilerine odaklanmıştır. Literatürdeki bu boşluğu doldurmak amacıyla çalışma fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki pozitif ve negatif etkilerini araştırarak literatüre katkı yapmayı amaçlamaktadır. Araştırmanın öncelikli amacının fotoğrafların seyahat deneyimi üzerindeki etkilerinin incelenmesi olmasına rağmen fotoğrafların turizm paydaşları açısından önemi konusu da tamamen göz ardı edilmemiştir. Çalışma öncelikle fotoğrafların turizm paydaşları açısından önemini kavramsal olarak ele almıştır. Elde edilen kavramsal çerçeveye dayanarak fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki pozitif ve negatif etkileri tipolojik olarak ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: Fotoğraf, Turist deneyimi, Turizm Paydaşları.

THE POSITIVE AND NEGATIVE IMPACTS OF PHOTOS ON TOURIST EXPERIENCE: A CONCEPTUAL APPROACH

Abstract

Photo-taking and sharing became one of the most common daily activities of individuals with the effects of technological developments and changes in human behaviors. In parallel with this, as it is indicated in recent researches that photo-taking and sharing also emerged as one of the travel motivation of new age tourists. Numerous studies have been made dealing with the impacts of photos on tourist experiences since individuals frequently take and share photos during the travel. The number of studies dealing with the impacts of photos on travel experiences of tourists were rapidly increased though main stream of these studies has focused on the positive impacts of photos on travel experiences. In order to fill this gap, the study aims to make contribution to the literature by investigating both positive and negative impacts of photos on tourist experiences. Although the primary aim of the paper is exploring the impacts of photos on tourist experiences, it does not totally ignore the importance of photos for other tourism stakeholders. Firstly, the study conceptually explored the importance of photos for tourism stakeholders. Based on the related conceptual framework, the study then revealed a typology of the positive and negative impacts of photos on tourist experience.

Keywords: Photos, Tourist experience, Tourism stakeholders.

1. GİRİŞ

Fotoğraflar çeşitli teknolojik, sosyolojik, psikolojik ve kültürel sebeplerden dolayı insan hayatının önemli bir parçası haline gelmişlerdir. İnsan hayatı için zorunlu bir ihtiyaç olmamalarına rağmen bireyler için hatıraları koruma, devletler ve çeşitli kuruluşlar için ise arşiv oluşturma gibi önemli fonksiyonlara sahip olmaları sebebiyle ortaya çıktıkları günden beri önemli bir gelişme olarak insan hayatına etki etmişlerdir. Fotoğraf ve fotoğraf-etkili aktiviteler farklı dönemlerde değişik formlarda ortaya çıkıyor olsalar da her dönemde belli düzeyde bir popülerliğe sahip olmuşlardır. Tarihsel süreç içerisinde geçirmiş oldukları evrimler ve kazanmış oldukları dinamizm sayesinde fotoğraflar, insan hayatı için taşımış oldukları önemi her geçen gün daha da arttırmaktadırlar. Günümüzde ise fotoğraflar, kullanım amacına ve alanına, üretilme ve görüntülenme biçimine, barındırdığı içeriğe, taşımış olduğu öneme, sahip olduğu niteliğe ve paylaşıldığı platforma göre değişik anlamlar ifade ediyor olsa da genel anlamda bir çeşit etkileşim alanı olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Ayrıca fotoğraflar, toplumsal faaliyetlerden etkilenen ve toplumsal faaliyetleri de belli ölçüde etkileyen bir gelenek olma özelliğini her dönemde olduğu gibi günümüzde de korumaya devam etmektedirler.

Fotoğraf üretimi, kullanımı ve paylaşımı, teknolojinin gelişmesi ve insan davranışlarının değişmesine paralel olarak yaygınlaşmış ve çok farklı alanlarda kendisini göstermeye başlamıştır. Örneğin, siyasi partiler sözlü ve yazılı olarak yapmış oldukları propagandaların yanında destekleyici bir unsur olarak fotoğrafları kullanmışlardır (Baltacı ve Eke, 2012). Benzer bir şekilde bazı dönemlerde firmaların geniş kitlelere ulaşmasında en etkili tanıtım ve tutundurma araçlarından birisi fotoğraflar olmuştur (Göçmen, 2016). Başka bir yönüyle fotoğraflar, bireylere ve toplumsal gruplara özgü olan salt bir etkinlik alanı ve aracı olmanın dışına çıkarak sanat dallarının ve bilimin gelişmesinde öncü rol oynamaya başlamışlardır. Günümüzde ise başlı başına bir sanat dalı olarak değerlendirilmekte olan fotoğraf (Margolis, 2014), bilimsel çalışmaların geliştirilmesinde de vazgeçilmez bir öneme sahip olup özellikle sosyal bilimlerde veri toplama tekniği ve/veya veri olarak kullanılmaktadır (Snaveley, Seitz ve Szeliski, 2006; Serttaş, 2007).

Kitle iletişim araçları, çeşitli toplumsal gruplar ve firmalar tarafından yoğun bir biçimde üretiliyor olmalarına rağmen akıllı iletişim cihazlarının ve internet kullanımının yaygınlaşması sebebiyle fotoğrafların büyük çoğunluğunun bireyler tarafından üretildiği, paylaşıldığı ve saklandığı görülmektedir. Kesin bir istatistiğinin mevcut olmamasıyla birlikte 2010 yılında dünya çapında toplamda 300 milyar tane fotoğraf çekildiği ve bu rakamın 2017 yılı itibarıyla 1.3 trilyona çıkacağı tahmin edilmektedir (Heyman, 2015). Sosyal medya kullanımına olan eğilimin artması ve teknolojik gelişmeler sayesinde fotoğraf üretimi ve paylaşımı dünyanın bir ucundan diğer ucuna uzanabilen gündelik bir aktivite haline gelmiştir. Bu bakımdan fotoğraf üretimi ve paylaşımına yönelik olan ilginin artmasında teknolojik gelişmelerin etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Ancak yukarıdaki tartışmaya ek olarak belirtilmelidir ki fotoğraf üretimi, paylaşımı ve ilgili aktivitelere yönelik olarak artan ilgi aslında fotoğrafların günümüz toplumsal hayatındaki fonksiyonuyla ve değişen insan davranışlarıyla ilgilidir. Bu bağlamda, Facebook, Instagram, Twitter ve Foursquare gibi sosyal medya platformlarının ortaya çıkması, popülerlik kazanması ve kitleselleşmesiyle birlikte fotoğraf üretimi ve paylaşımı için tam anlamıyla uygun bir zemin ve insanları fotoğraf paylaşmaya yönlendiren sayısız faktör ortaya çıkmıştır (Diehl, Zauberman ve Barasch, 2016). Belirtilen gelişmelerin etkisiyle birlikte fotoğraf üretimi ve paylaşımı alışlagelmiş formundan sıyrılarak sosyalleşme, etkileşime girme, topluma entegre olma ve toplumda statü elde etme gibi ihtiyaçlara da cevap veren bir etkinlik alanı haline gelmiştir (Matteucci, 2013, Robinson, 2014).

İnsan hayatına böylesine derinden etki eden fotoğraf ilgisi doğal olarak insanların seyahatleri ile ilgili detaylar üzerinde de etkisini göstermektedir. Fotoğraflar bireylerin seyahatlerini planladıkları dönemden başlayarak seyahat esnası ve sonrasındaki sürece kadar her aşamada belli ölçüde etkili olmaktadır. Seyahatler ile ilgili hemen her detay üzerinde etkisini gösteren fotoğraflar çeşitli turizm paydaşları tarafından farklı motivasyonlarla üretilmekte ve paylaşılmaktadırlar. Bu sebeple turistler başta olmak üzere turizm paydaşlarını fotoğraf üretmeye ve paylaşmaya yönlendiren motivasyonlarla

ilgili çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Gillespie, 2006; Larsen, 2006; Thurlow ve Jaworski, 2011). Bununla birlikte paylaşılan fotoğrafların insanların seyahat deneyimi üzerinde nasıl etkiler meydana getirdiği nispeten göz ardı edilmiş bir araştırma konusudur. Bu sebeple mevcut literatürdeki boşluğu doldurmak amacıyla çalışmanın diğer bölümlerinde öncelikle fotoğrafların turizm endüstrisi içerisindeki yeri ve önemi ele alınarak fotoğrafların hangi turizm paydaşı için nasıl bir anlam ifade ettiği ortaya konulacaktır. Çalışmanın son bölümünde ise fotoğraf üretimi ve paylaşımının bireylerin seyahat deneyimi üzerinde ne tür etkiler meydana getirdiği konusu kategorik bir biçimde ele alınacaktır.

2. FOTOĞRAFLARIN TURİZM ENDÜSTRİSİNDEKİ YERİ

Turizm endüstrisi çok sayıda paydaşı bünyesinde barındıran dinamik ve entegre bir endüstridir. Endüstri içerisindeki paydaşların görev ve sorumluluklarının karmaşık bir yapıda olması sebebiyle literatürde çok sayıda paydaş tanımlaması ve sınıflandırması mevcuttur. Bu bağlamda Buhalis (2000), turizm paydaşlarının işletmeler ve yatırımcılar, turistler, tur operatörleri ve araçlar, yerel halk ve çıkar gruplarından oluştuğunu belirtmiştir. Diğer taraftan Swarbrooke (1999), yerel halk, kamu kuruluşları, turizm endüstrisi, baskı grupları, medya, uzmanlar, gönüllü sektör ve turistleri turizm paydaşları olarak kategorize etmiştir. Bahsedilen yaklaşımlardan yola çıkarak literatürde turizm paydaşlarının kategorize edilmesine yönelik bir fikir birliğinin bulunmadığı ancak bazı ortak görüşlerin mevcut olduğu görülmektedir.

Turizm paydaşlarına ilişkin yapılmış olan sınıflandırmaların meydana getirmiş olduğu karmaşıklığın yanı sıra turizm aktiviteleri ve turizm endüstrisi ile ilgili herhangi bir olay veya gelişmenin her bir turizm paydaşı için farklı bir anlam ifade ettiğini de söylemek mümkündür. Örneğin, bir turizm destinasyonunda turist vergisinin uygulanmasına ilişkin bir kararın alınması yerel halk tarafından olumlu bir karar olarak karşılanabilecek bir gelişme olmasına rağmen turizm işletmeleri ve turistler açısından olumsuz bir gelişme olarak algılanabilir. Benzer şekilde herhangi bir gelişme aynı kategoride bulunan turizm paydaşları da farklı şekillerde yorumlanabilir. Örnek vermek gerekirse bir turizm destinasyonuna yapılacak olan yeni bir havalimanı, rekabet gücü, yolcu kapasitesi, yolcu profili ve uçuş noktası sayısı gibi değişkenlere bağlı olarak farklı havayolu şirketleri tarafından olumlu veya olumsuz olarak değerlendirilebilir. Verilen örneklerden de açık bir şekilde anlaşılacağı üzere turizm endüstrisi ile ilgili gelişmeler her turizm paydaşı üzerinde farklı etkilere sebep olabilecek karmaşık bir yapıdadırlar.

Yukarıdaki tartışmaya dayanarak söylenebilir ki fotoğraf olgusu da aynı veya farklı kategorideki her bir turizm paydaşı için farklı anlamlar taşıyıp farklı algılar meydana getirebilecek bir potansiyele sahiptir. Ayrıca fotoğraf üretimi ve paylaşımının aşırı dinamik yapısı göz önünde bulundurulduğu takdirde fotoğrafların turizm paydaşları üzerinde daha karmaşık etkiler sergileyebileceği söylenebilir. Bu sebeple daha anlamlı ve geçerli bir inceleme yapmak için her bir turizm paydaşı özelinde değerlendirme yapmak yerine fotoğrafların hangi etkilerinin hangi paydaşlar üzerinde ne tür etkiler meydana getirebileceği üzerinde durulacaktır. Ancak her bir paydaş grubu içerisinde bile çok sayıda grubun mevcut olması sebebiyle, örneğin turizm işletmelerinin sayısının çok fazla sayıda ve çeşitli olması gibi, turizm paydaşları hizmet üreten (Otel işletmeleri, tur operatörleri, yerel yönetimler, destinasyon yönetim örgütleri, çeşitli seviyelerden kamu kurum ve kuruluşları gibi) ve hizmet alan paydaşları olan turistler şeklinde kategorize edilerek ele alınacaktır. Aksi takdirde her bir turist tipolojisi veya işletme türü için ayrı ve kapsamlı değerlendirmelerin yapılması gerekmektedir. Turizm paydaşları özelinde fotoğrafların ne tür etkiler meydana getirdiği konusunun ele alınabilmesi için daha kapsamlı bir literatür taraması ve çeşitli araştırma tekniklerinin kullanımı gerekmektedir. Bu sebeple bu konu daha sonraki araştırmalarda ele alınacaktır. Bu bağlamda bu kavramsal çalışmanın öncelikli amaçlarından birisinin de daha sonra yapılacak olan çalışmalar için temel oluşturmak olduğu söylenebilir.

Daha önce de belirtildiği gibi fotoğraflar zaman zaman farklı gruplar tarafından farklı amaçlarla kullanılmakta ve algılanmaktadır. Çok sayıda fonksiyonuna rağmen fotoğraflar, belki de en yaygın biçimde tanıtım faaliyetlerinde kullanılmışlardır. Hemen her sektörden firmalar fotoğrafları tanıtım

aracı olarak kullanmış ve fotoğraflara bir çeşit tanıtım ve tutundurma fonksiyonu kazandırmışlardır. Fotoğrafların nispeten daha ilkel bir yapıya sahip olduğu dönemlerde kazanmaya başladığı bu fonksiyon ambalajlar, posterler ve broşürler aracılığıyla ortaya çıkmıştır. Bu sayede yazılı iletişimi görsel bileşenlerle destekleyerek hedef kitle üzerinde bir takım etkiler üretilmiş ve pazarlama faaliyetleri kuvvetlendirilerek fotoğraflara yeni bir boyut kazandırılmıştır. Söz konusu teknikler turizm pazarlamasında da kullanılmış ve bireylerin seyahat tercihleri ve turizm aktivitelerine katılma isteği üzerinde etkili olduğu görülmüştür (Jenkins, 2003; Molina ve Esteban, 2006).

Günümüzde ise temelde aynı amaca ulaşmayı hedefleyen ve benzer bir stratejiye sahip olan pazarlama faaliyetleri mevcuttur. Söz konusu yeni pazarlama tekniklerinin ilkel tekniklerden ayrılan temel özelliği kullanmış oldukları farklı iletişim kanallarıdır. Bu bağlamda yeni nesil iletişim kanalları olan web siteleri, mobil uygulamalar ve sosyal medya platformları yoluyla hedef kitlelerle bağlantı kurulmaktadır (Baloğlu ve Pekcan, 2006; Lin ve Huang, 2006). Buna karşın özellikle bilinçli tüketiciler internet tabanlı iletişim kanalları aracılığıyla ürün ve hizmetler hakkında bilgi sahibi olmakta ve tercihlerini bu yönde şekillendirmektedirler. Turizm paydaşları da benzer bir etkileşim döngüsüne sahiptirler. Turistler de seyahat planı yapmadan önce çeşitli iletişimi kanalları aracılığıyla gerek turizm destinasyonunun pazarlama sorumluluğunu üstlenmiş kuruluşların gerekse turizm işletmelerinin yapmış oldukları tanıtım faaliyetleri aracılığıyla bilgi toplamakta ve seyahat tercihlerini bu kanallardan elde ettikleri bilgiler doğrultusunda yönlendirmektedirler (Gretzel, Yuan ve Fesenmaier, 2000).

Fotoğraflar özellikle seyahat öncesi aşamada bireylerin seyahat tercihleri üzerinde etki meydana getirmektedirler. Tanıtım ve tutundurma faaliyetlerinde kullanılan fotoğraflar genellikle turizm destinasyonundaki çekicilik unsurları olan doğal ve tarihi güzellikleri, yerel etkinlikleri, yöresel yiyecek-ıçecekleri, kapalı alan rekreasyon olanaklarını ve turizm işletmelerinin sunmuş oldukları ürün ve hizmetleri ön plana çıkarmaktadırlar. Bu aşamada fotoğrafların hizmet veren turizm paydaşları açısından tanıtım fonksiyonuna sahip oldukları görülmektedir. Söz konusu fotoğraflar genel anlamda turizm işletmeleri (Örn. tur operatörleri, seyahat acentaları, restoranlar, havayolu işletmeleri, oteller vb.) ve turizm destinasyonu tanıtımında rol oynayan kuruluşlar (Örn. uluslararası kuruluşlar, bakanlıklar, belediyeler, destinasyon yönetim örgütleri vb.) tarafından üretilmekte ve paylaşılmaktadırlar.

Yukarıdaki tartışmaya ek olarak belirtilmelidir ki turistlerin seyahat öncesi etkilendikleri fotoğraflar sadece turizm işletmeleri ve destinasyon tanıtımı ile ilgilenen kuruluşların paylaşmış olduğu fotoğraflarla sınırlı değildir. Turistler, seyahat planlama aşamasında veya öncesinde kendi sosyal çevrelerindeki bireylerin çeşitli sosyal medya platformlarında paylaşmış oldukları fotoğraflardan da etkilenmektedirler (Xiang ve Gretzel, 2010). Aslında seyahat edecek bireylerin hayatları boyunca spontane olarak gördükleri ve zihinlerinde yer edinmiş olan sayısız fotoğrafın da turistlerin seyahat tercihleri üzerinde çeşitli etkiler meydana getirdiğini söylemek mümkündür. Bu tür fotoğraflar ise aile, sosyal çevre, yazılı iletişim materyalleri gibi çok çeşitli kaynaklar aracılığıyla kontrollü veya kontrolsüz bir biçimde bireylere ulaşmaktadırlar. O halde fotoğrafların turizm endüstrisi içerisindeki en önemli fonksiyonlarından birinin tanıtım fonksiyonu olduğu söylenebilir.

Hizmet üreten paydaşların esas hedeflerinin ekonomik kazanç sağlamak olması sebebiyle hizmet üreten turizm paydaşları fotoğrafları genel anlamda tanıtım amacıyla kullanmaktadırlar. Turizm endüstrisinin hizmet alan paydaşları olan turistler ise seyahatlerini çok farklı amaçlarla gerçekleştirmektedirler. Bu sebeple fotoğrafların turistler üzerinde meydana getirmiş olduğu etkilerin yapısı daha karmaşıktır (Park ve Santos, 2017). Bununla birlikte fotoğrafların turistler üzerindeki bütün etkilerini ortaya koymak ve incelemek oldukça zordur. Çünkü turistlerin sahip oldukları sosyo-kültürel değerlerden gelir durumlarına ve eğitim seviyelerine kadar birçok değişken her konu üzerinde olduğu gibi fotoğrafların turistler üzerindeki etkilerini şekillendirme noktasında da kendisini göstermektedirler. Bu etkilerin en önemlilerinden birisi turistlerin seyahat tercihleri ile ilgilidir. Seyahat tercihleri elbette ki fiyat, mesafe ve seyahat amacı gibi çok çeşitli faktörlerin etkisiyle belirlenmektedir. Ancak fotoğraflar da turistlerin seyahat tercihleri üzerinde önemli bir rol

oyunmaktadır. O halde, seyahat öncesi aşamada hizmet üreten paydaşların tanıtım amacıyla, hizmet alan paydaşlar olan turistlerin ise seyahat tercihlerini şekillendirme amacıyla fotoğrafları kullandıklarını söylemek mümkündür (Ladhari ve Michaud, 2015).

Buna karşın güncel araştırmalarda da görülmektedir ki fotoğrafların turistler üzerindeki etkileri seyahat başladıktan sonra artarak devam etmektedir. Diğer bir deyişle fotoğrafların turistler üzerindeki etkileri sadece seyahat öncesinde başlayan ve seyahat tercihi üzerinde meydana gelen etkilerle sınırlı değildir. Bu bağlamda fotoğraflar, turistlerin ziyaret edecekleri mekanları, katılacağı etkinlikleri ve almak istediği hizmetleri belirleme noktasında en önemli etkenlerden olan turist bakışımı (Tourist gaze) biçimlendirme fonksiyonuna da sahiptirler (Urry, 1992). Turist bakışımının şekillenmesine etki eden fotoğraflar sahip oldukları bu özellik sebebiyle turistlerin seyahat deneyimi üzerindeki etkilerini seyahat öncesi, seyahat esnası ve seyahat sonrası dönemde devam ettirmektedirler. Fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki etkileri ise çok yönlü ve kapsamlıdır. Bu sebeple turizm literatüründe nispeten göz ardı edilmiş ve açıklığa kavuşturulmamış olan fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki etkileri kategorik olarak ele alınacaktır.

2.1. Fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki etkileri

Turist deneyimi özetle turistlerin seyahatleri öncesinde başlayan, seyahat esnası ve sonrasındaki süreç boyunca şekillenmeye devam eden bir olgudur. Yerel halkın tutum ve davranışlarından turizm işletmelerinin sunmuş oldukları hizmetlerin kalitelerine ve turistlerin seyahat amaçlarına kadar birçok değişken seyahat deneyimi üzerinde etkili olabilmektedir (Karayılan ve Çetin, 2016). Bahsedilen değişkenlerin yanı sıra son dönemlerde yapılan araştırmalarda da ortaya konmuş olduğu gibi fotoğraflar da turistlerin seyahat deneyimleri üzerinde etkili olan faktörlerden birisi haline gelmiştir (Cederholm, 2004; Kim, 2010; Prideaux ve Coghan, 2010). Fotoğraflar sahip oldukları özellikler sayesinde turistlerin seyahat deneyimlerini çok farklı aşamalarda ve formlarda etkileyebilmektedirler.

Bu bağlamda turist deneyiminin bir döngü olduğu göz önünde bulundurularak fotoğrafların seyahat öncesi, esnası ve sonrasında turistlerin seyahat deneyimleri üzerinde çeşitli etkiler yapabileceğini söylemek mümkündür (Butler, 1980). Bu sebeple fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki artan etkileri çok sayıda araştırmaya konu olmuştur. Buna karşın daha önce yapılmış olan çalışmalarda fotoğraf-seyahat deneyimi etkileşimi incelenirken genellikle fotoğrafların seyahat deneyimi üzerindeki olumlu etkileri ele alınmış olumsuz etkileri ise nispeten göz ardı edilmiştir. Fotoğrafların seyahat deneyimi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerini birlikte ele alarak kavramsal olarak ortaya koyan hiçbir çalışmaya rastlanmamıştır. Bundan dolayı çalışmanın bu bölümünde fotoğrafların seyahat deneyimi üzerindeki karmaşık etkileri kategorik olarak ele alınacaktır. Bu sayede nitel ve nicel araştırma yöntemlerinin kullanılacağı kapsamlı çalışmalar için temel oluşturulacaktır.

Olumlu etkiler: Turistler, ziyaret edecekleri destinasyonla ilgili fotoğraflara seyahat öncesinde aşina olmaktadır. Bu sebeple seyahate ilişkin beklentilerinin şekillenmesinde fotoğraflar önemli rol oynamaktadır. Seyahat öncesinde görmüş oldukları fotoğrafların çekildiği mekanları ziyaret etme isteği hemen her turistin öncelikli beklentileri arasındadır. Çünkü gerek turizm işletmeleri gerekse diğer kanallardan turiste ulaşılmış olan fotoğraflar genellikle turizm destinasyonunun çekicilik unsurları ve turizm işletmelerinin sunmuş oldukları hizmetlerle ilgili tanıtıcı fotoğraflar olmaktadır. Bu sebeple beklentilerine uygun bir biçimde ziyarette bulunmaları, hizmet almaları ve etkinliklere katılmaları turistlerin memnuniyet düzeyleri üzerinde olumlu etkiler meydana getirmektedir (Hem, Iversen ve Nysveen, 2003). Turist memnuniyeti ise turist deneyimini olumlu yönde etkileyen bir faktördür. O halde fotoğrafların turistlerin seyahat deneyimi üzerindeki olumlu etkilerinden birinin beklentilerinin karşılanması sonucunda elde edilen memnuniyet ile ilgili olduğunu söylemek mümkündür.

Diğer taraftan bilindiği üzere özellikle sosyal medya kullanımının yaygınlaşması sonucunda turistler seyahatleri esnası ve sonrasında yoğun bir biçimde fotoğraf üretme ve paylaşma eğilimi göstermeye başlamışlardır. Çok sayıda turist bazı turizm destinasyonlarını sadece popülerlik kazanmış bir doğal veya tarihi güzellikle fotoğraf üretme motivasyonu ile ziyaret etmektedir. Bu sebeple fotoğraf üretimi ve paylaşımı yeni nesil turistler için vazgeçilmez bir aktivite olmuştur. Turistlerin yoğun bir biçimde

gerçekleştirdikleri bu aktivitelerin temel sebebi hatıra niteliğinde değerler kazanmak ve bunları saklamaktır. Bununla birlikte söz konusu fotoğraf ve ilgili aktiviteler sadece hatıra biriktirmek amacıyla yapılmamaktadır. Popülerlik kazanmış mekanlarda üretilmiş fotoğrafları paylaşmak turistlere sosyal çevrelerinde statü kazandırmaktadır. Buna dayanarak hatıra biriktirme ve statü elde etmenin de fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki olumlu etkilerinden olduğu söylenebilir (Kurashima, Iwata, Irie ve Fujimura, 2010; García-Palomares, Gutiérrez ve Mínguez, 2015).

Olumsuz etkiler: Fotoğrafların turistlerin seyahat deneyimi üzerinde bir takım olumsuz etkiler de meydana getirdiği görülmektedir. Bu olumsuz etkilerden birisi aslında turizm aktivitelerinin temel prensiplerinden birisi olan kaçışın (Escape) engellenmesi ile alakalıdır. Daha önce de belirtildiği gibi sosyal medya kullanımı turistlerin seyahat deneyimi üzerinde olumlu etkiler meydana getirmektedir. Çünkü sosyal medya sayesinde seyahate katılan bireyler sosyal çevreleri ile olan iletişimini kesmemekte ve seyahat esnasında, hatta en önemli anlarda bile iletişim halinde olmaktadır. Bu iletişim hali ise turistlerin bir bakıma sosyal çevreleriyle iç içe olmalarına ve sürekli buldukları ortamdaki tam anlamıyla uzaklaşmalarına engel olmaktadır (Sigala, 2016). Bu sebeple fotoğraf üretimi ve paylaşımı amacıyla sosyal medyada vakit harcamanın bir yönüyle turistlerin seyahatlerini sıradanlaştırdığını söylemek mümkündür.

Turistlerin seyahat deneyimi üzerindeki fotoğraf temelli olumsuz etkilerden birisi de turistler üzerinde meydana getirmiş olduğu strestir. Üretilcek ve paylaşılacak fotoğraflar aracılığıyla prestij ve statü kazanmak isteyen turistler, seyahatlerinin özellikle en önemli anlarında fotoğraf üretimi ve paylaşımıyla meşgul olmaktadır. Çünkü turistler sıradan durumlardan çok sıra dışı anları fotoğraflamak istemektedirler. Bu sebeple gerçekleştirmiş oldukları seyahatin en önemli anlarında fotoğraf üretimi ve paylaşımıyla meşgul olmaktadır. Bu tür tutum ve davranışlar turistlerin ziyaret etmiş oldukları destinasyon hakkında bilgi almalarını, gözlem yapmalarını ve hatıra biriktirmelerini engellemektedir. Diğer bir deyişle turistler günümüz turizm anlayışına uyum sağlayabilmek için fotoğraf üretimi ve paylaşımı ile meşgul olarak anı kayırmaktadırlar (Henkel, 2014). Bu durum da turistlerin memnuniyet düzeyini düşürerek turistleri seyahat amaçlarıyla çelişen faaliyetler içerisine sokmaktadır.

3. SONUÇ

Fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri kategorik olarak ortaya konularak daha sonra yapılacak olan çalışmalar için teorik temel oluşturulmaya çalışılmıştır. Fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki başlıca etkileri turist memnuniyetinin sağlanması ve statü elde edilmesi noktasında olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer taraftan fotoğraf çekimi ve paylaşımının kaçışı engellemesinin ve turistler üzerinde stres meydana getirmesinin ise fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki olumsuz etkileri olduğu görülmüştür. Bu sebeple ilerleyen dönemlerde yapılacak olan çalışmalarda öncelikle fotoğrafların turist memnuniyetini nasıl etkilediği, hangi durumlarda bu etkinin arttığı veya azaldığı, fotoğrafların turist memnuniyeti üzerinde ne düzeyde etkili olduğu ve hangi faktörlerin fotoğrafların turist memnuniyeti üzerindeki etkilerini yönlendirdiği üzerinde durulacaktır.

Bu araştırmalar sonucunda fotoğrafların seyahat deneyimi üzerindeki olumlu etkilerinin artırılması için turizm paydaşlarına ne gibi görev ve sorumluluklar düştüğü analiz edilerek turizm paydaşları için etkili ve uygulanabilir öneriler sunulacaktır. Taleplere cevap verilmesi durumunda turizm paydaşlarının hangi faydaları elde edebileceği ortaya konulacaktır. Fotoğrafların turist deneyimi üzerindeki diğer bir olumlu etkisinin ise fotoğraf paylaşımı sonucunda turistlerin elde etmiş oldukları statü ile ilgili olduğu görülmüştür. Çalışmada da açık bir şekilde belirtildiği gibi seyahat esnasında ve/veya sonrasında paylaşılan fotoğraflar çeşitli sebeplerden dolayı turistlere statü, prestij ve saygınlık kazandırmaktadırlar. Bu bağlamda hangi mekanlarda çekilen fotoğrafların turistlere statü sağladığı ve hangi sosyal medya platformlarından alınan geri bildirimlerin turistlerin statü elde etmesine etki ettiği araştırılarak sosyoloji, psikoloji, iletişim, sosyal medya araştırmaları ve turizm literatürlerine katkı sunulacaktır.

Çalışmada da belirtildiği üzere turist memnuniyetinin sağlanması ve statü elde edilmesine katkı sunulması noktasında olumlu etkiler meydana getiren fotoğraflar kaçışı engelleme ve stres oluşturma yoluyla turist deneyimi üzerinde olumsuz etkiler de meydana getirmektedirler. Bu sebeple yüzeysel olarak ortaya konmuş olan bu etkilerin temel sebepleri başka bir çalışmada detaylı bir biçimde araştırılacaktır. Negatif deneyimlerin pozitif deneyimlere oranla daha yüksek düzeyde bir hatırlanma düzeyine sahip olduğu düşünülecek olursa fotoğrafların seyahat deneyimi üzerindeki etkilerinin araştırılması ve bu etkilerin giderilmesine yönelik çözüm önerilerinin getirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Yapılacak olan araştırmalarla birlikte fotoğrafların seyahat deneyimi üzerindeki pozitif ve negatif etkileri daha detaylı bir biçimde ele alınacak olmakla birlikte mevcut araştırmanın sonuçlarına dayanarak aşağıdaki önerilerin getirilmesi mümkündür.

- Fotoğrafların turist memnuniyeti üzerindeki etkilerini arttıracak uygulamaların gerek özel sektör temsilcileri gerekse yönetsel paydaşlar tarafından desteklenmesi,
- Tanıtım broşürleri, web siteleri ve sosyal medya uygulamalarında görselliğin artırılması ve turistlerin fotoğraf ilgisinin desteklenerek viral pazarlama faaliyetlerinin güçlendirilmesi,
- Turistlere statü sağlayan fotoğraf türlerinin araştırılması ve bu tür fotoğrafların çekilebilmesi için uygun ve alternatif mekanların tanıtılması,
- Fotoğraf çekimi ve üretimi esnasında turistler üzerinde stres meydana getiren (İnternet erişimi, cihazların şarj edilmesi vb.) sorunların giderilmesine yönelik alt yapı çalışmalarının geliştirilmesi,

gibi çözüm önerilerinin dikkate alınması durumunda turizm destinasyonlarının rekabet üstünlüğü kazanma noktasında olmazsa olmaz olan olumlu deneyim sunulması konusunda çeşitli avantajlar elde edebilecekleri düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Baloğlu, S., ve Pekcan, Y. A. (2006). The website design and internet site marketing practices of upscale and luxury hotels in Turkey. *Tourism management*, 27(1), 171-176.
- Baltacı, C., ve Eke, E. (2012). Siyasal propaganda araçlarının seçmen davranışı üzerindeki etkisine yönelik seçmen algısı: Isparta örnek olayı. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1), 115-126
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 24(1), 5-12.
- Cederholm, E. A. (2004). The use of photo-elicitation in tourism research—framing the backpacker experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 4(3), 225-241.
- Diehl, K., Zauberman, G., ve Barasch, A. (2016). How taking photos increases enjoyment of experiences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 111(2), 119.
- García-Palomares, J. C., Gutiérrez, J., ve Mínguez, C. (2015). Identification of tourist hot spots based on social networks: A comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS. *Applied Geography*, 63, 408-417.
- Gillespie, A. (2006). Tourist photography and the reverse gaze. *Ethos*, 34(3), 343-366.
- Göçmen-Öztürk, P. (2016). Görsel hikaye anlatımı bağlamında basılı reklamlarda fotoğraf kullanımı. *Sanat ve Tasarım Dergisi*, (17), 91-105.
- Gretzel, U., Yuan, Y. L., ve Fesenmaier, D. R. (2000). Preparing for the new economy: Advertising strategies and change in destination marketing organizations. *Journal of Travel Research*, 39(2), 146-156.
- Hem, L. E., Iversen, N. M., ve Nysveen, H. (2003). Effects of ad photos portraying risky vacation situations on intention to visit a tourist destination: Moderating effects of age, gender, and nationality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(4), 1-26.

- Henkel, L. A. (2014). Point-and-Shoot memories: The influence of taking photos on memory for a museum tour. *Psychological Science*, 25(2), 396-402.
- Heyman, S. (2015, July 29). Photos, Photos Everywhere. *New York Times*. Retrieved From <http://nyti.ms/1jrdvrm>
- Jenkins, O. (2003). Photography and travel brochures: The circle of representation. *Tourism Geographies*, 5(3), 305-328.
- Karayilan, E., ve Cetin, G. (2016). Tourism Destination: Design of Experiences. In *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences* (pp. 65-83). Emerald Group Publishing Limited.
- Kim, S. (2010). Extraordinary experience: Re-enacting and photographing at screen tourism locations. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), 59-75.
- Kurashima, T., Iwata, T., Irie, G. ve Fujimura, K. (2010). Travel route recommendation using geotags in photo sharing sites. In *Proceedings of The 19th ACM International Conference on Information and Knowledge Management* (Pp. 579-588). ACM.
- Ladhari, R. ve Michaud, M. (2015). eWOM effects on hotel booking intentions, attitudes, trust, and website perceptions. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 36-45.
- Larsen, J. (2006). Geographies of tourist photography. *Geographies of Communication: The Spatial Turn In Media Studies*. Gothenburg: Nordicom.
- Lin, Y. S., ve Huang, J. Y. (2006). Internet blogs as a tourism marketing medium: A case study. *Journal of Business Research*, 59(10), 1201-1205.
- Margolis, J. (2014). Pious widow, exotic dancer, murderous whore: The photo art of Anya Roz. *Nashim: A Journal of Jewish Women's Studies & Gender Issues*, 26(1), 158-162.
- Matteucci, X. (2013). Photo elicitation: Exploring tourist experiences with researcher-found images. *Tourism Management*, 35(1), 190-197.
- Molina, A., ve Esteban, A. (2006). Tourism brochures: Usefulness and image. *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1036-1056.
- Park, S., ve Santos, C. A. (2017). Exploring the tourist experience: A sequential approach. *Journal of Travel Research*, 56(1), 16-27.
- Prideaux, B., ve Coghlan, A. (2010). Digital cameras and photo taking behaviour on the great barrier reef-marketing opportunities for reef tour operators. *Journal of Vacation Marketing*, 16(3), 171-183.
- Robinson, P. (2014). Emediating the tourist gaze: memory, emotion and choreography of the digital photograph. *Information Technology & Tourism*, 14(3), 177-196.
- Serttaş, T. (2007). Modernizm sürecinde kültürel bir temsiliyet aracı olarak, İstanbul'da; Fotoğraf ve azınlıklar. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü (Sanat ve Tasarım Anasanat Dalı)
- Sigala, M. (2016). Social media and the co-creation of tourism experiences. In *The Handbook of Managing and Marketing Tourism Experiences* (Pp. 85-111). Emerald Group Publishing Limited.
- Snavely, N., Seitz, S. M., ve Szeliski, R. (2006). Photo tourism: Exploring photo collections in 3D. In *ACM Transactions On Graphics (TOG)* (Vol. 25, No. 3, Pp. 835-846). ACM.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Cabi.
- Thurlow, C., ve Jaworski, A. (2011). Banal globalization? Embodied actions and mediated practices in tourists' online photo-sharing. In *the Digital Discourse: Language In The New Media*, 220-250. Oxford University Press.
- Urry, J. (1992). The Tourist Gaze "Revisited". *American Behavioral Scientist*, 36(2), 172-186.
- Xiang, Z., ve Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179-188.

KASTAMONU İÇİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM POLİTİKALARI

Yrd. Doç. Dr. Canan TANRISEVER YİĞİT
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
canantanrisever@gmail.com

Burak KARAÇOR
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
Burakkaracor19.06@gmail.com

Mustafa Taylan DAĞISTAN
Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi
t.dagistan@windowlive.com

Özet

Turizm her geçen gün daha da önemli bir sektör haline gelmektedir. Özellikle turizm olgusunun bilinçlendiği bölgelerde turizmin istihdama, gelişmişlik seviyesine ve gelir düzeyine yapmış olduğu katkı bugün yadsınamaz durumundadır. Bu gerçeği kabul eden ülkeler, sürekli politikalarında turizm odaklı yatırımlara önem vermiş ve kaynaklarını geliştirmişlerdir. Uluslararası, ulusal ya da bölgesel kalkınmanın en büyük destekçisi olan turizm sektörü az gelişmiş ülkeler içinde büyümenin bir umudu olmuştur. Bu bağlamda çalışmanın amacı, Kastamonu’da sürdürülebilir turizmin var olması için sürdürülebilir turizm politikalarını belirlemek ve çözüm önerilerini ildeki turizm paydaşlarına sunabilmektir. Kastamonu’da turizm paydaşlarını oluşturan sektör temsilcileri ile görüşme yapılarak birincil ağızdan Kastamonu için sürdürülebilir turizm politikalarına yönelik bilgiler alınmıştır. İnceleme ve yapılan görüşmeler sonucunda Kastamonu için sürdürülebilir turizm politikasında bölge planlarının önem taşıdığı ve yerel halkında yönetime katılmasını teşvik edecek yapı oluşturulması sonucu çıkmıştır. Kastamonu turizm varlıklarının ekonomik bir faydaya dönüştürülebilmesi ve bu faydanın yerel halka yansıtılabilmesi için turist sayısının ve turizm harcamalarının artırılması gerekmektedir. Bu da, ancak etkin bir sürdürülebilir turizm politikası ile mümkün olabilmektedir. Bu noktada Kastamonu turizm pazarlamasındaki eksikliklerin ve sorunların belirlenerek, çözümler üretilmesi ve çeşitli stratejilerin geliştirilmesi bu çalışmanın önemini oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Kalkınma, Sürdürülebilir Turizm.

Abstract

Tourism is becoming more important sector day by day. Tourism has a contribution on employment, development and income levels especially in regions becoming conscious about tourism. This contribution can not be denied. Countries related to tourism give an importance to tourism investments on their policies and develop sources. Tourism sector being the most important supporter of regional, national and international development is a development hope for less developed countries. The aim of this study is to determine sustainable tourism policies for Kastamonu to develop sustainable tourism in Kastamonu and share solution suggestions with shareholders. Information about tourism policies for Kastamonu is gathered by making interviews with tourism shareholders at first hand. As a result of interviews and observations, regional plans and local people’s contribution on management are very important for sustainable tourism in Kastamonu. It is necessary to increase incoming tourist numbers and receipts for transforming Kastamonu tourism attractions into economic benefit and the reflection of this benefit to local people. It is only possible with an effective sustainable tourism policies.

Key Words: Sustainability, Sustainable Development, Sustainable Tourism.

1. GİRİŞ

Sanayi devriminden sonra dünyada önemli gelişmeler yaşanmıştır. Nüfusun artması ve birçok alanda yaşanan gelişmelerle beraber artan tüketimin bir sonucu olarak doğa tahrip edilmiş ve birçok sektörde kalkınma çabaları da çevresel bozulmalara neden olmuştur (Tıraş, 2012: 58). Tüm bu değişimle birlikte ülkeler kendini kalkınma çabaları içerisinde bulmuş ve rasyonel büyüme, ülke kalkınması, gelir

eşitsizliklerin ve yoksulluğun minimuma indirilmesi tüm ülkelerin başlıca hedefi haline gelmiştir. Bu hedefleri gerçekleştirmede ki ana faktör ülkelerin içinde var olan kaynakların faydalı şekilde kullanılmasıdır (Arslan, 2005: 276, Aktaran Seçilmiş ve Sarı, 2010: 118).

Turizm sektörü, mevcut kaynakları aktif olarak kullanmasıyla bölgesel kalkınmada önemli bir paya sahiptir. Bilhassa turizm sektörüyle bölgeler arası az gelişmişlik sorunun giderilmesi konusunda coğrafi açıdan dezavantajlı olmasına rağmen turistik arz potansiyeli olan yerleşimlerin, planlı ve aktif bir biçimde turizm politikaları uygulanmasıyla turistik açıdan istikrarlı bir şekilde kalkınması sağlanacaktır (Şeker, 2011: 75). Pazar ve rekabet gücünü koruyabilmek için çevre ile uyumlu olacak planların yapılması gelecekteki turizm gelişimi için oldukça önemlidir. Bu nedenle, sürdürülebilir turizm için kaynaklar ve kültürel mirasın çevresel bütünlüğü ile turizmde yeni binyıl ötesinin pazarlanmasına odaklanmak gerekmektedir" (Hassan, 2000: 242, Aktaran Baran, 2015: 33).

Turizm kaynaklarının ileriye dönük devamlılığını sağlamanın yolu sürdürülebilir turizm politikasının oluşturulup uygulanmasıyla mümkündür. Turizm çeşitliliğinin fazla olduğu, doğal, kültürel ve tarihi yapılarıyla önemli çekim merkezlerine sahip ülkeler, mevcut kaynaklarını kullanırken koruma odaklı politika izlemeleriyle ve bu kaynaklarına ilaveten turizmde ürün çeşitliliğini sağlayacak alternatif turizm faaliyetleri gerçekleştirmelidirler (Çeken ve diğerleri, 2009:1217, Aktaran Eser, Dalgın ve Çeken, 2010: 28). Bu çalışmayla beraber bölgesel kalkınmada turizmin rolü, turizm politikası ve özellikleri, turizmin yerel ekonomik kalkınmada önemi, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm kavramlarının tanımı yapılmış ve bu kavramlarla ilgili açıklayıcı bilgiler verilmiştir. Bu çalışmayla birlikte Kastamonu ilinin sürdürülebilir turizm politikası incelenmiş ve birtakım önerilerde bulunulmuştur.

2. BÖLGESEL KALKINMADA TURİZMİN ROLÜ

İkinci Dünya Savaşından sonra birçok ülkenin kalkınma kavramına önem verip bu konuda politikalar uyguladıkları görülmektedir. Savaş sonrası ülkeler arası gelişmişlik boyutları daha net anlaşılabilir, gelişmek isteyen ülkelerin gelişmişlik düzeylerini nasıl arttırabilecekleri, çağın gelişmiş ülkelerini nasıl yakalayabileceği sorusu, son zamanların en çok üzerine konuşulan konularından olmuştur (Jones, 2001: 1-3, Aktaran Bahar, 2007: 1).

Bir ülkenin içersinde yer alan bütün bölgelerin, konumu, doğal, kültürel ve tarihi yapıları gibi birçok farklı özellikleri karşılaştırıldığında aralarındaki farklılıklar daha anlaşılır bir hal almaktadır. Gelişim bakımından diğer bölgelere nazaran geri kalmış bölgelere uygulanan iyileştirme çabalarının yetersiz olması sonucunda sürdürülebilir bir gelişmenin sağlanamama durumu ortaya çıkmıştır. Bölgesel kalkınmanın sağlanması için planlanmış ve kalıcı olabilecek politikalara ihtiyaç duyulmaktadır (Önen, 2007: 13, Aktaran Çelik, 2012: 59).

Bir ülkenin gelişmişlik düzeyi hiçbir zaman tüm bölgelerde aynı seviyede olmamış farklılık göstermiştir. Coğrafi yapı, sermaye birikimi, nüfus, eğitim düzeyi vb. kaynaklı avantajlı bölgeler diğer bölgelere oranla daha hızlı kalkınacaktırlar. Bu durum ise bölgeler arasında çeşitli dengesizliklere neden olmuştur. Meydana gelen bu dengesizlikleri azaltmak ve geri kalmış bölgelerin kalkındırılması için fizibilite çalışmaları yapılmalı ve uygun politikalar geliştirilip uygulanmalıdır (Doğan ve Yıldız, 2006: 148).

Bir ülkenin az gelişmiş bir bölgesinde turizm aktivitelerinin gelişmesiyle beraber o ülkenin bölgeleri arasındaki gelişmişlik farkları minimum seviyelere inmektedir. Az gelişmiş bir bölgede turizmin gelişmesiyle birlikte, turizmle bağlantılı yeni iş sahaları doğacak ve bölgedeki istihdam artacaktır. Bunun yansıması olarak bölge ekonomisinin geliri artacak ve bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının azalmasıyla beraber ülke kalkınmasına yardımcı olacaktır (Bahar, 2007: 5). Ayrıca gelişmek isteyen ülkeler, ekonomisini sağlıklı bir şekilde kalkındırabilmesi için tek bir sektöre bağımlı kalmadan çok boyutlu bir hal alması gerekmektedir. Turizm sektörü çarpan etkisi özelliğiyle bölgesel kalkınmada önemli bir vasıtadır. Çarpan etkisi özelliği turizm sektöründeki istihdamı ve sektörden elde edilen geliri arttırarak kendi sektörünü canlandırıldığı gibi kendiyile bağlantılı diğer sektörlerde de canlılık katmaktadır (Archer, 1982; Burkart ve Medlik, 1981; De Kadt, 1979; Williams ve Shaw, 1995, Aktaran Çağlı, 2012: 6).

Gelişmekte olan ülkelerin kalkınması için temel unsurlardan biriside dış satımın arttırılmasıdır. Bu ülkeler gelişiminin sağlanması için tarım ekonomisinden endüstriyel ekonomiye geçmeli yani çağa ayak uydurmalıdırlar. Ancak böyle bir değişim büyük miktarda sermaye gerektirmektedir. Güçlü bir ekonomiye sahip olmayan ülkeler için akla ilk gelen çözümler dış borçlanma ya da ülkeye yabancı döviz girdisinin sağlamadır. Bu durum ülke yöneticilerini gerekli sermayeyi yaratmak için turizm sektörüne yönelmektedir. Başka ülkelerden alınan dış borçlar ülke ekonomisi için kısıtlamalar getirirken, turizmden elde edilen dövizle ülke kalkınması için planlanan politikalar daha bağımsız bir şekilde uygulanabilmektedir (İçöz ve Kozak, 1998:159, Aktaran Çeken, 2008: 297).

Turizm, bir ülkenin içerisinde yer alan, doğal, kültürel ve tarihi yapıların etkin bir şekilde kullanılmasını sağlayarak bölgelerin gelişmesinde önemli bir paya sahiptir. Turizm endüstrisinin hizmet sunumu içermesi sonucu emek-yoğun bir sektör olması bölgede işsizlik sorununu minimuma indirmektedir. Bir bölgede turizmin gelişmesi için yatırımlar yapılarak altyapı olanaklarında iyileştirmeler yapılır. Böylelikle az gelişmiş bölgelerde altyapı sorunu gibi bir problem olmaz. Ayrıca yerli ve yabancı sermaye guruplarının dikkatini çeken turistik bölgelere yatırım olanaklarının fazlaşmasıyla hem bölge daha hızlı kalkınır, hem de yabancı sermaye guruplarının sayesinde bölgeye daha fazla döviz girdisi sağlanır (Gülbahar, 2009: 20).

Bir bölgede turistik faaliyetlerin, olgunlaşabilmesi ve bölge kalkınmasına etki edebilmesi için aşağıda yer alan etmenlerin turizm planlaması yapılırken esas alınması gerekmektedir:

1. Bölgede var olan kültürel mirasın çözümlenmesinin yapılması,
2. Bölgedeki altyapının analizinin yapılması,
3. Bölgede var olan turistik tesislerin durumu ve yenis turistik tesisleri bölgeye entegre edebilme durumu,
4. Bölgenin içerisinde yer alan turizmle bağlantılı özel mal ve hizmet meydana getirip pazarlayan işletmeler,
5. Bölgeye yapılmış olan kamu yatırımlarının analizi,
6. Bölgeye yönelik oluşan turizm talebinin durumu,
7. Bölgede yaşayan yerel halkın turizme yönelik tutumu,
8. Bölgede yer alan mevcut işletmelerin yerel halka iş istihdamı sağlama durumu,
9. Bölgedeki sektörlerin turizm sektörüyle olan ilişkisi,
10. Bölgede faaliyet gösteren STK (sivil toplum kuruluşları)'ların varlığı,

Anlatılan bu etmenlerin ışığında potansiyel bir turizm bölgesinde yapılacak analizden sonra izlenecek uygun politikalarla birlikte turizmin bölgesel kalkınmaya katkısı daha da artacaktır. Bölgesel projelerle, bölgede yer alan diğer potansiyel varlıklarda değerlendirildiğinde bölgenin turistik çekiciliği artacaktır (Çeken, 2008: 299). Ülkeler, kalkınmalarını gerçekleştirebilmek için oluşturulan bölgesel kalkınma planlarında turizm önemli bir yere sahiptir. Turizme verilen öneminin sebepleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (İncekara, 2001: 27, Aktaran Durgun, 2006:79);

- Turizm ülke ekonomisine döviz kazandırıcı etki yapar ve yabancı yatırımcıları ülkeye çeker,
- Ülke millî gelirine pozitif etki yapar,
- İstihdamı arttırır,
- Alt ve üst yapının gelişimine katkı yapar,
- Dünya ve bölgesel bütünleşmenin oluşmasını sağlar,

2.1. Turizm Politikası ve Özellikleri

Politika kelimesinin kökeni Antik Yunanistan'a dayanmaktadır. Politika kelimesi Türkçe yazına siyaset kelimesinin karşılığı olarak kullanılsa da kelime anlamı bir işi gözetmektir. Günümüz Türkçe yazınında politika daha çok kamu sektöründe kullanılmakta ve "halka ait bir işi gözeterek, belirli yol ve usule göre yürütme" anlamlarına gelmektedir. Politika kavramı, "bugünkü ve gelecekteki kararlara

yön verebilmek için birçok alternatif arasından seçilen belirli bir yol veya davranış tarzı” veya “genel amaçlar ve kabul edilebilir yöntemleri kapsayan uzun süreli genel bir plan” şeklinde ifade edilmektedir (Dinçer, 1998: 20- 21, Aktaran Karasu, 2013: 14).

Bir ülkede turizm politikası, turizm sektörünü olgunlaştırmak, yön vermek ve kontrol etmek maksadıyla yönetimler tarafından birçok farklı yöntem kullanılarak belirlenen metotların, belirlenen hedeflerin ve alınan önlemlerin tümü olarak tanımlanmaktadır(Usta, 2009, s.191, Aktaran Tekindağ, 2013: 26).Başka bir tanımda Turizm politikası için; Bir ülkede genel ekonomi politikası çerçevesinde turizmden sağlanan ekonomik, sosyal ve kültürel kazançları maksimize etmek için, yönetimlerce çeşitli metotlar kullanılarak alınan önlemlerin, yapılan müdahale ve denetimlerin tümüdür(Olalı, 1982: 34, Aktaran Aymankuy, 1993: 69).Genel anlamda turizm politikası; Bir ülkenin ekonomi politikasına uygun olarak turizm faaliyetinden iktisadi, sosyal, kültürel ve sağlık alanlarında hedeflenen faydalara ulaşılması için yönetimlerin aldığı önlem ve yapacağı müdahalelerinbütünü şeklinde ifade edilebilir (Olalı, 1990: 24, Aktaran Ulu, 2010:47).

Başka bir deyişle turizm politikası, devlet yönetimlerinin ülkedeki turistik gelişimin getirisini baz alarak dolaylı ve dolaysız yaptıkları müdahalelerin tümüdür. Yapılan tüm müdahalenin ana hedefleri aşağıdaki gibi özetlenebilir (Alaca, 1997: 19, Aktaran Karasu, 2013: 15-16):

- 1) Turizm politikası, ülkedeki turizm arz ve talep özelliklerini ve yapılabilecek olumlu düzenlemeleritespit eder.
- 2) Turizm politikası, ülke turizm sektöründe uygulanmakta olan yönlendirmelerin sektörde etkilerinianaliz eder.
- 3) Bir ülke turizm politikasıyla, turizmin olgunlaşması için yeni stratejiler meydana getirir.

Turizm politikalarında yaşanan gelişmeler, ekonomi politikalarıyla paralellik göstermektedir. Başlangıçta ekonomi politikaları üretimi ve gelirleri arttırmaya yönelik olarak hazırlanmış, turizm politikaları da döviz gelirlerinin artırılması üzerine yoğunlaşmıştır. Daha sonraları sürdürülebilir kalkınma kavramı devlet politikalarını etkilemiş bu durumdan turizm politikaları da etkilenmiştir (Coşkun,2004: 9).Günümüzde turizm politikaları denildiğinde sık sık gündeme gelen diğer bir konsept ise, "sürdürülebilir turizm" kavramıdır. Çünkü globalleşen dünyada tüm kamu politikaları gibi turizm politikalarında da turizmin çevreyle olan ilişkisi sürdürülebilir turizm planlamasındaincelenmektedir(Çelik, 2012: 4).Turizmin farklı yönleriyle ülke ekonomisinde önem taşınması, birçok sektörle ilişkisi olması sebebiyleturizmpolitikası kapsamında ele alınmasını zorunlu kılmıştır(Sarkım, 2007: 125).Turizmin kendiyile bağlantılı birçok sektörle ilişkisinden dolayı, turizm politikası meydana getirilirken turizmle ilişkili diğer sektörlerin ülkedeki durumları incelenip çıkarımlarda bulunulmalıdır (Olalı ve Timur, 1988, s.317, Aktaran Solmaz, 2012: 37).

Turizm sektörünün iyi yönlendirilmemesi ekonomik kayıplara, sosyo-kültürel yozlaşmaya ve doğal kaynakların zarar görmesine yol açabilmektedir. Bundan dolayı turizmin gelişmesinin sağladığı yararları maksimize etmek için ve oluşabilecek zararları da minimize etmek için turizm sektöründe uzun dönemli doğru politikalar izlemek, yapılacak her eylemin bir plan ve program kapsamında uygulanması gerekmektedir(Sözen, 2006: 12).

Dünyanın birçok turistik çekim merkezinde olduğu gibi Türkiye'de deturizm uzun yıllar boyunca deniz, kum, güneş stratejisini baz alan iktisadi bir etkinlik olarak görülmüştür. Daha sonra döviz kazandırıcı etkisi ve istihdama yaptığı etki gibi birçok soruna çözüm getirmesiyle kalkınmanın önemli adımlarından biri olmuştur(Tekindağ, 2013: 113).

Turizm politikalarında belirtilen hedeflere ulaşılabilmek için kamu kesimi tarafından maddi, maddi olmayan destek, yardım ve özendirme teşvik kapsamında yer alır. Türkiye’de turizme yapılacakolan yatırımlar 2634 sayılı turizm teşvik yasası dışında, 4957 sayılı turizm teşvik kanununda değişiklik yapılması hakkında kanun, 4875 sayılı doğrudan yabancı yatırımları yasası, 5084 sayılı yatırımların ve istihdamın teşviki ile bazı kanunlarda değişiklik yapılması hakkında yasa çerçevesinde sağlanan teşviklerden faydalanabilmektedir(Ulu, 2010:47).

Turizm politikası oluşturmada diğer bir araç ise finansmandır. Alt ve üst yapı yatırımları sektöre yapılacak mali destek ile sağlanır. Bir diğer araç olan otorite devlet gücünü ifade etmektedir(Solmaz, 2012: 38).

Turizm politikası oluştururken gerçekleştirilmek istenen başlıca hedefleri şunlardır (Olalı, 1990, Aktaran Karayılan, 2014: 21);

- Fiyat istikrarının gerçekleşmesine yardımcı olmak,
- Turizmin sosyal fonksiyonlarından toplum kişilerini yararlandırmak,
- Turizmin sosyal fonksiyonlarından toplum kişilerini yararlandırmak,
- Gelir dağılımındaki eşitsizliklerin azalmasına katkıda bulunmak,
- Doğal ve tarihsel kaynakları korumak,
- Ödemeler dengesine katkıda bulunma,
- Bölgesel kalkınma sağlamak,
- Ekonomiyi çeşitlendirmek,
- Bireylerin ve devletin gelirlerini arttırmak,
- Yeni istihdam alanları açmak,
- Turizm dışı yatırımları uyarmak, olarak sıralanabilir.

Turizm politikasının bir ülkede farklı zamanlarda ve farklı alanlarda değişen koşullara uyum sağlayabilmesi, ülkede uygulanan dış ticaret, ekonomi vb. gibi diğer politikalarla uyumlu olabilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekir (Usta, 2001: 226, Aktaran Sarkım, 2007: 130);

Küreselleşen dünyayla birlikte gelişen ve büyüyen turizm sektörüne yeni anlamlar yüklenmiştir. Bu durumdan turizm politikası da etkilenmiş ve yeni boyutlar ve hedefler kazanmıştır. Turizm politikasının dinamik yapısı gereği; sektörün ülke şartlarından etkilenmesi ve ülke şartlarında dönemsel farklılıklar yaşandıkça turizm politikasında da değişimlerin yaşanması turizmin dinamik yapısını ifade eder(Olalı, 1998: 30, Aktaran Kobeshova, 2013: 108).

Turizm faaliyeti, oldukça fazla elemandan oluşan sosyal bir olgu olması sebebiyle, farklı faktörlerle sıkı bir ilişki içerisindedir. Bundan dolayı turizm sektöründen kaynaklanan problemleri de kapsamlı bir turizm politikasıyla yaklaşılması gerekmektedir(Olalı, 1990: 31-32, Aktaran Kobeshova, 2013: 109).

Turizm politikaları oluşturulurken, turizm işletmeleri, turistler, kamu kurum ve kuruluşları önemli karar organlarıdır(Demirkol ve Oktay, 2004:16, Aktaran Kobeshova, 2013: 109).

Turizm politikasında belirlenmiş hedeflere ulaşmak için kaynakların kullanımında uygulanacak yöntem ve tekniklerin akılcılığa dayanması zorundadır. Aksi durumda kıt kaynaklar olumlu yönde kullanılmayıp ulusal ekonominin turizmden beklediği katkı uzun vadede gerçekleşmeyebilir(Alaca, 1997: 20).

Kısaca özetlemek gerekirse turizm politikası;

- Dinamiktir,
- Çok yönlüdür,
- Kurumsaldır,
- Akılcıdır

2.2. Turizmin Yerel Ekonomik Kalkınmada Önemi

Turizm; bireylerin günlük yaşantılarında yapmak zorunda oldukları işler dışında kalan zamanlarında, ekonomik bir getiri elde etmeyi amaç edinmeden daimi olarak yaşamlarını sürdürdükleri yerden ayrılarak ferdi veya toplu organizasyonlar aracılığıyla meydana getirdikleri konaklama, inanç, eğlence, dinlenme gibi çeşitli sosyo-kültürel ihtiyaçlarını kapsayan ekonomik temellere dayanan bir hizmet sektörüdür(Ürger, 1992: 11, Aktaran Kalaycıoğlu, 2017: 7). Turizm sektörünün dünya ekonomisinde

ki gelişimi ile beraber ülke kalkındırmasını hızlandırmak isteyen ülkeler kalkınma politikalarında turizme yer vermeye başlamışlardır.

Günümüzde yerel kalkınma politikalarına verilen önemin artmasıyla, ulusal kalkınma politikaları geri planda kalmıştır. Yerel kalkınma politikası oluşturulurken temel amaç yerel paydaşların harekete geçirilmesivesürdürülebilir kalkınma ilkelerine bağlı kalınarak gelişmeyi sağlamaktır(Pektaş, 2010:7, Aktaran Küçük, 2012:38).Yerel kalkınma politikasıyla, bölgede var olan kaynakların etkin kullanılması, istihdamın artırılması, ekonomiye olumlu etki etmesi ve rekabetin artırılması için yerel yönetimlerin, yerel halkın ve özel sektör gibi farklı paydaşlarınbir bütünü oluşturduğu bir süreç olarak ifade edilmektedir(World Bank, 2003,Aktaran Eceral ve Özmen, 2009: 49).

Yerel kalkınmanın sağlanmasında önemli bir unsurda turizm sektörüdür. Turizmle bir taraftan ekonomik kalkınma amaçlanırken diğer taraftan da tarihi ve sosyo-kültürel çekiciliklerin korunup, gelecek kuşaklara aktarılması ve bu çekiciliklere dikkat çekilerek talebi arttırmakta ve bölgeye gelen ziyaretçi sayısına etki etmektedir. Bir yerel bölgenin içerisinde mevcut bulunan; doğal güzellikler, tarihi yapılar, ticarethaneler vb birçok yapı potansiyel turizm kaynaklarını oluşturmaktadır(Güneş ve Küçük, 2013: 29). Ayrıca tarım ve endüstride yeterli gelişimi sağlayamayan ancak turizm potansiyeline sahip bölgelerde planlı ve aktif bir turizm politikasının uygulanmasıyla bölgenin kalkınması sağlanacak ve turizm sektörü bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde büyük pay sahibi olacaktır(Braden and Winer, 1980:37, Aktaran Çeken, 2008: 298).Son yarım asırda turizm sektörü gösterdiği gelişimle beraber en hızlı büyüyen sektörlerden birisi olmuştur. Turizm sektörünün bölgeye yaptığı etkide birçok farklı alanda yapılan çalışmalarakonu olmuştur. Bu doğrultuda turizmin yerel kalkınmada önemli bir yer tuttuğuanlaşılmaktadır(Küçüksarı, 2011: 13).

2.3. Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Kalkınma ve Sürdürülebilir Turizm

Son zamanlarda küreselleşmeyle beraber endüstriyel faaliyetlerin artmasıyla birlikte bireylerin yaşam standartlarında değişimler meydana gelmiş ve artan tüketim eğilimlerinin etkisiyle çevre tahribatı konusunda olumsuz değişimler yaşanmaktadır(Mebratu, 1998:493, Aktaran Sarkım, 2007: 52).Bunun sonucunda bireylerin, yaşamlarını sürdürdükleri çevrenin korunarak gelecekteki nesillere bırakılması yani sürdürülebilirliğinin sağlanması hususundabilinçlenmeye başladığı görülmektedir (Eser, Dalgın ve Çeken, 2010: 28).

Sanayi devriminden İkinci Dünya Savaşı sonrası döneme kadar ülkeler gelişmenin temel kaynağının sanayi olduğunu düşünmüşler ve ülke ekonomilerini sanayi üzerine kurmaya gayret göstermişlerdir. Özellikle Klasik iktisatçıların doğal kaynakların sınırsız olduğu varsayımı, bireylerin kaynakları sınırsızca ve çevre bilinci gözetmeden kullanımına sebep olmuştur (Dulupçu, 2000: 46-70,Aktaran Çelik, 2014: 3). Ancak dünya sınırlı bir sisteme sahiptir. İnsanlar sınırlı sistem olan dünyanın kaynaklarını zorlamasıyla oluşan tahribatın izlerini silmek ve gelecek nesillere kaynakların aktarımının sorunsuz bir şekilde yapılabilmesi için Birleşmiş Milletlerin çalışmaları sonucunda sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları gündeme gelmiştir (Yıldırım ve Göktürk, 2004, Aktaran Keleş, 2007: 28).

Sürdürülebilirlik kelimesinin kökenine bakıldığında; Latince "Sustinere" kelimesinden gelmektedir. Sözlüklerde farklı anlamlarda kullanılmaktaolsa da, anlam bakımından; *sağlamak, devam ettirmek, desteklemek, var olmak*manalarında ifade edilmektedir (Tıraş, 2012: 59). Başka bir tanıma göre sürdürülebilirlik, toplumun sosyo-kültürel, doğal ve tarih gibibirçok kaynağın dikkatli bir biçimde değerlendirilmesini amaçlayan bir kavram olarak ifade edilmiştir (Gladwin vd. 1995, s.877, Aktaran Karayılan, 2014: 8).

Dünyanın geleceği için sürdürülebilirlik kavramı hayati öneme sahiptir. Tarım, sanayi, turizm, teknoloji vb. birçok sektöre sürdürülebilirlik kavramının yansımış olmasıyla her sektör kendi alanıyla ilgili sürdürülebilirlik fikrini oluşturmaya yönelmiştir (Beyhan, 2004: 7).Son yarım asırda birçok sektörde sürdürülebilirlik kavramı tartışılmaya başlamıştır. Bu sektörler yapısına göre ve belirlediği hedefler doğrultusunda sürdürülebilirlik kavramına farklı yorumlamalar getirmiştir. Bu sebeple sürdürülebilir kalkınma kavramının tarihsel sürecinin yanındasürdürülebilir kalkınma

kavramınıözümseyenmilletlerarası kurum ve kuruluşların etkinlik alanlarının belirlenmesi önem arz etmektedir(Özer, 2013: 7).

Birleşmiş Milletlerin çalışmalarıyla ilk olarak Birleşmiş Milletler İnsan Çevresi Konferansı sonucunda Stockholm Çevre Bildirgesi oluşturulmuş ve çevre ve insanlığın gelişimi ve korunması ifadelerinin yer aldığı ilk belge meydana gelmiştir(Ayaz, 2002: 6).Ardından Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma komisyonunun 3 senelik çalışması sonucunda 1987 senesinde oluşturulan "Brundtland Raporu" olarak da bilenen "Ortak Geleceğimiz" başlıklı rapor tüm dünyada yankı uyandırmıştır(H. Baykal ve T. Baykal, 2008: 9).

Yayımlanan rapordasürdürülebilir kalkınma kavramı ortaya çıkmış ve yapılan tanımlamada bireylerin günümüz ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek nesillerinde ihtiyaçlarınıkarşılama imkânlarına zarar vermeyecek şekilde kaynakları kullanma süreci olarak sürdürülebilir kalkınma kavramı açıklanmıştır (Yıkılmaz, 2011: 13, Aktaran Tıraş, 2012: 63).

Brundtland raporuna göre, sürdürülebilir kalkınmanın yedi ön şartı vardır:

1. Aktif katılımı karar alımını sağlayan siyasi bir sistem.
2. Teknik bilgi üretebilen ekonomik bir sistem.
3. Gelişmeyle beraber doğayı koruyan bir üretim sistemi.
4. Sürekli yeni çözümler arayabilen teknolojik bir sistem.
5. Sürdürülebilir ticaret ve finans modellerini destekleyen bir milletlerarası sistem.
6. Kendisini yapılandırabilen idari bir sistem
7. Ahenksiz bir gelişmeden doğan gerilimlere çözüm bulan bir sosyal sistem(Şekur, 1996: 98-99, Aktaran Beyhan, 2004: 8)

Sürdürülebilir kalkınma kavramının ortaya çıkışı küresel düzeyde, çevresel problemlerin, yoksulluk ve kaynakların adaletsizlik dağılımının ve insanların sağlıklı bir gelecek hakkındaki kaygılarının artmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır(Karğı, 2010: 2).Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesi için en uygun stratejilerin belirlenmesi ve uygulanması gerekmektedir. Sürdürülebilir kalkınma stratejisi yaşam kalitesinde kuşaklar arası eşitlik sağlayarak öncelikle sürdürülebilir bir topluma geçişi kolaylaştırmada ekonomik kalkınma rolünü ön plana almaktadır(Kılıç, 2014: 32).

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, çevre ve kalkınma politikalarının önemli hedeflerini kapsamaktadır. Bu kapsam dâhilindebelirlenen hedefler aşağıdaki gibi sıralanabilir(Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu, 1987: 78, Aktaran Özer, 2013: 30):

- Kalkınmaya katkı yapmak,
- Kalkınmanın niteliğinde farklılıklar yaratmak,
- Temel gereksinimleri gidermek,
- Sürdürülebilir bir nüfus düzeyini güvence altında tutmak,
- Mevcut kaynakları korunması ve geliştirilmesi,
- Teknolojinin tekrarişlevlendirilmesini sağlamak ve oluşan risklerininidaresini sağlamak,
- Karar verme aşamasında çevre ile ekonomi arasında bağ kurmak.

Birleşmiş Milletlerin başka bir çalışması da 1992 senesi haziran ayında Brezilya'nın Rio de Janeiro kentinde düzenlenen ve 174 ülkenin katılımıyla gerçekleşen Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansıdır. Dünya Zirvesi" olarak da adlandırılan konferanstason 20 yılın değerlendirmesi yapılmış ve geçmişten dersler çıkarılarak geleceğe dönük politikaların belirlenmesi amaçlanmıştır (Keating, 1996: 137, Aktaran Duran, 2009: 40).Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansında halkın sürdürülebilir kalkınmanın merkezinde yer aldığı, her bireyin doğa ile uyumlu, sağlıklı ve verimli bir yaşam hakkı olduğu kabul edilmiştir. Zirvede 5 önemli uluslararası anlaşma imzalanmıştır(Halliday, 2008, Aktaran Günaydın, 2011: 10)

- İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi
- Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi
- Çölleşme Mücadele Sözleşmesi
- Rio Deklarasyonu Sözleşmesi
- Gündem 21 (Agenda 21)' dir (Halliday, 2008, Aktaran Günaydın, 2011: 10)

Ardından sera gazı salınımlarının etkilerini azaltmak ve kaynakların tükenmesinin önüne geçmek için "Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi" isimli sözleşmeyi imzaya açmış devam eden zaman diliminde 1997 yılında Japonya'nın Kyoto şehrinde Kyoto Protokolü imzalanmış, Şubat 2005 yılında yürürlüğe girmiştir. Protokol çevre iş birliği konusunda imzalanan en geniş kapsamlı uluslararası anlaşmadır. Türkiye anlaşmayı 2009 senesinin şubat ayında imzalamıştır (UN, 1998, Aktaran Karayılan, 2014: 14)

Son zamanlarda yapılan zirve toplantılarında çevre sorunları gündemde önemli bir yere sahip olmuştur. Bütün dünyada basın ve yayın organlarının dikkatine çeken sürdürülebilirlik konusu global bir hal almış ve bütün ülkelerin kolektif bir çalışmayla çözüm olanakları meydana getirmesi ve tatbik etmesine neden olmuştur (Baykal ve Baykal, 2008: 13). Çevre ve turizm arasındaki ilişki irdelendiğinde, turizmin geniş bir çevresel kaynak kullanımına gerek duyması bulunmaktadır. Bir bölgenin doğal ve kültürel kaynaklarının zengin ve iyi korunmuş olması o bölgenin turizm potansiyelini arttırmaktadır. Bu potansiyelin devamı içinde ortamın sağlıklı bir şekilde sürdürülebilirliğinin sağlanması önem arz etmektedir (Özgür, 1993: 19, Aktaran Demircioğlu, 1997: 135).

Özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra birçok farklı alanda meydana gelen değişimler turizm sektörünü de olumlu bir şekilde etkilemiştir (Sarkım, 2007: 8). Dünyada hızla büyüyen sektörler arasında yer alan turizmin fiziksel, sosyal ve kültürel çevreye yönelik pozitif etkilerinin yanı sıra negatif etkilerinin de olduğu bir gerçektir. Kontrolsüz, plansız ve hızlı gelişmeye dayalı bir turizm anlayışı kaynakların belli bir zaman sonra tükenmesine, bozulmasına ve değerinin kaybolmasına neden olacaktır (Çelik, 2014: 10)

Turizm endüstrisi de büyük ölçüde plansız bir biçimde gelişmiştir. Bu sebeple de turizm, çevreyi tahrip eden, özellikle de gelişmekte olan ülkeler de toplum ve çevre üzerinde olumsuz etkiler meydana getiren bir endüstri olmuştur. Turizmin bu etkilerinin görülmesi ve hemen hemen aynı dönemlerde dünya genelinde sürdürülebilir kalkınma paradigmasının gelişiyor olması sonucunda turizm endüstrisi içerisinde de bir takım sürdürülebilirlik çalışmaları yapılmıştır. Bu bağlamda sürdürülebilir turizm kavramının, sürdürülebilir kalkınma kavramından türettiği veya sürdürülebilir kalkınma çalışmalarından etkilenerek ortaya çıktığı açıkça söylenebilir (Swarbrooke, 1999; Tosun, 2001, Aktaran Karayılan, 2014: 28).

Ulusal ya da uluslararası kalkınmada ciddi bir rolü olan turizmin, çevre ve doğal kaynaklarla iç içe oluşu kalkınma ve çevre ilişkisini ortaya koymaktadır. Çevre, ekonomi ve turizm döngüsünü aynı eksende geliştirmek sürdürülebilir turizm kavramını ortaya çıkarmaktadır (Beyhan ve Ünügör, 2005: 80, Aktaran Duran, 2008: 44).

Dünya Turizm Örgütü'nün tanımına göre sürdürülebilir turizm, "bireylerin yaşadıkları çevrenin bozulmadan korunarak kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamı sürdüren sistemlerin devam ettirildiği ve aynı zamanda tüm kaynakların ev sahibi bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını doyuracak şekilde ve gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçiminde yönetildiği bir kalkınma şeklidir" olarak tanımlanmıştır (WTO, 2004, Aktaran Kaya, 2011: 16).

Başka bir tanıma göre sürdürülebilir turizm; Yenilenebilir oluşumların sürekliliğini oluşturarak, turistik çekiciliklere olan talebin uzun dönemlere yayılmasını sağlayarak ve doğayla birlikte diğer kaynakların gelişip korunmasına olanak tanıyan anlayıştır (<http://www.festtravel.com/surdurulebilir-turizm-yili>).

Sürdürülebilir turizmin en iyi şekilde benimsenmesi ve çevre ile birlikte hedefe ulaşması için gelecek için 10 temel ilke belirlenmiştir(Buhalis ve Fletcher, 1996, Aktaran Beyhan ve Ünügür, 2005: 80).

- Harekete geçmek için ihtiyaçları tanımak,
- Zayıf elemanları, yerleri, toplulukları desteklemek,
- Kurallı bir şekilde gelişmenin amaçlarını oluşturmak,
- Alan ve varlık üzerinde kontrolü yapmak, alanın gelişimi ve alanın sahibine karşı aktif bir politika izlemek,
- Malzeme politikasını oluşturmak,
- Doğayı korumak,
- Tarım ve ormanlık alanların kullanımını güçlendirmek,
- Ekonomik aktivitelerin düzenini genişletmek,
- Yerel mimariyi, gelenekler ile kültür ve folklor mirasını korumaya yardım etmek,
- Turizm pazarlamasını, promosyonunu ortaya koymak (Buhalis ve Fletcher, 1996, Aktaran Beyhan ve Ünügür, 2005: 80).

Sürdürülebilir turizmin sağladığı faydaları sıraladığımızda(Swarbrooke,1999, Aktaran Taşçıoğlu, 2016: 23)

- Yarar ve ekonominin dengeli dağılımını sağlar,
- Özellikle tarımsal istihdamın eksik ve yetersiz olduğu kırsal yerlerde ekonomiyi çeşitlendirir,
- Turizmin etkilerinin anlaşılmasını sağlar,
- Turizm ve diğer kaynakları kullanan toplumun tüm tabakasındaki insanların karar vermelerini amaçlar. Ekosistemin taşıma kapasitesinin yeterli olan turizm gelişimlerini sağlar ve planları birleştirir,
- Turizm etkilerini izler, değerlendirir ve yönetir. Herhangi bir olumsuz etkiye karşı çıkar ve çevresel sorumluluk metotları geliştirir(Swarbrooke,1999, Aktaran Taşçıoğlu, 2016: 23).

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu 70. Dönem çalışmaları kapsamında 2017 yılını Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Uluslararası Yılı olarak ilan etmiştir. Hem kamu da hem de özel sektörde karar vericilerin ve halkın sürdürülebilir turizmin kalkınmaya katkıları hakkında farkındalığının artırılması öngörülmektedir. Diğer bir amaç ise turizmin olumlu değişim için bir katalizör haline getirilebilmesi amacıyla tüm paydaşların seferber edilmesidir(<http://www.unicankara.org.tr/tr/bm-2017yi-uluslararasi-surdurulebilir-turizm-yili-olarak-kutluyor/>).

3. Literatür Taraması

Sarkım (2007) çalışmasında Antalya ilinin sahip olduğu turizm potansiyeli dâhilinde ürettiği turistik ürün ve hizmetlerde farklılaşmaya gitmesi gerektiğini savunmuş ve bunu gerçekleştirirken de turizmin gelecekte de devam edebilmesi için sürdürülebilir gelişme ve sürdürülebilir turizm ilkelerine uygun hareket edilmesinin gerekliliği savunulmuştur.

Çelik (2014) yaptığı çalışmasında kültürel ve doğal değerlerin korunması ve gelecek kuşaklara aktarılmasının, turizm talebi için önem arz ettiğini söylemiştir.

Taşçıoğlu (2016) çalışmasında bir bölgede turizmin gelişmeye başlamasından önce bölge halkının turizm olgusu hakkında eğitilmesi gerektiğini ve sektörün negatif yönlerini minimum seviyeye indirerek devlet ile ortak birlikteliği sağlanmalı görüşünü savunmuştur.

Duran (2009) yaptığı çalışmada turistik bir bölgenin turizm hareketlerinin yarattığı negatif durumlarla karşılaşmaması için bu yerlerin sürdürülebilirlik anlayışı doğrultusunda planlı ve denetime önem vererek turizme açılması gerekliliği savunulmuştur.

Eser ve arkadaşlarının (2010) yaptığı çalışmada sürdürülebilir turizmin belirlenen hedefe ulaşması ancak işbirliği ve uyuma bağlılığı ile olanaklı olduğundan bahsetmiştir. Turizm faaliyetlerinde bulunan

kurum ve kuruluşların görüş istişaresi yapması ve işbirliği içinde hareket edip bütünsel bir strateji planı geliştirmeleri gerekir görüşü savunulmuştur.

Baran (2015) Türkiye'de Sürdürülebilir Turizm Planlaması henüz istenen seviyeye gelememiştir görüşünü savunmuş ve Türkiye'de yapılan planlarda sürdürülebilirliğin önündeki en büyük problemin, ekonomik kazancın ön planda tutulması olduğu görülmektedir. Bu nedenle turizm planları genellikle sosyal ve çevresel sürdürülebilirliği geri plana atıp, para kazanma amacına hizmet etmektedir görüşü saptanmıştır.

Beyhan ve Ünügür (2005) çalışmasında bölgesel bir gelişim sürecinin sorgulanmasında gerçekçi hedefleri olmayan ve planlanmamış eylemlerle hareket edildiği takdirde yüzeysel, belirsiz durumların ortaya çıkması ve başarısız sonuçların ortaya çıkması kaçınılmaz bir sondur görüşü savunmuştur.

Masara (2015) çalışmasında başarılı sürdürülebilir stratejileri üretmek ve dünyada söz sahibi olabilmek için bu konuda halkın daha çok etkin olduğu katılım biçimlerinin yolu hem merkezi hem de yerel hükümetlerce ve turizm politikası yapan aktörlerce desteklenmelidir görüşünü savunmuştur.

4.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizmin bölgesel kalkınmadaki rolü, kalkınmış ülkeleri önemli bir şekilde konumlandırırken, gelişen bölgeler için kalkınmaya hız verici sektörlerden biri haline getirmektedir. Turizm kaynakları doğru kullanıldığında, bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesine hız kazandıracaktır. Tüm bu özellikler göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'nin turizm sayesinde dengeli bir biçimde gelişme sağlaması mümkün görülmektedir. Belirtilen kalkınma unsurlarının gerçekleşme hızı ülkedeki turizm kaynaklarının verimli bir şekilde kullanımı ve turizmin ülke içinde öncelikli sektör haline getirilmesi ile mümkün olacaktır (Baran, 2015: 41).

Turizmde sürdürülebilirliğin yakalanması ve turizmin hem ekonomiye ve topluma katkısının sürdürülebilir olmasını, hem de çevrenin ve kaynakların sürdürülebilir kullanımını gerektirir. Bu da ancak kavramın tam olarak anlaşılması ve turizm talebinin uygun yönetimi ile gerçekleşir (Çelik, 2014: 89).

Literatürdeki araştırmalar incelendiğinde oluşturulan sürdürülebilir turizm politikalarının uygulama safhasında yeteri kadar başarılı olmadığı anlaşılmaktadır. Kastamonu'da turizm politikalarının olmayışı ya da farklı kurumların farklı stratejiler izlemesi sebebi ile uygulama safhasında başarılı olamayan bir diğer ildir. Bütün paydaşların görüşlerinin dikkate alınmadığı ve toplumsal desteğin sağlanamadığı görülmektedir. Bu araştırmayla beraber Kastamonu ilinde turizm politikalarına yön veren ana kuruluşlarla görüşülmüş uygulanan sürdürülebilir turizm politikaları ve stratejileri irdelenerek çözüm önerileri sunmak hedeflenmiştir.

Kastamonu ilinde turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması ve toplumsal ve kültürel kimliğin gelecek nesillere aktarılması ve bu konuda farkındalık yaratılması araştırmanın önemini oluşturmaktadır.

4.Araştırmanın Yöntemi ve Veri Toplama Teknikleri

Araştırmada Kastamonu turizminde söz sahibi olan temel paydaşlarla görüşülmüş ve elde edilen veriler nitel araştırma modelleri arasında yer alan fenomenolojik çözümlene modeli ile analiz edilmiştir. Çalışmada öncelikli olarak alanyazın taraması yapılarak, elde edilen ikincil veriler doğrultusunda Kastamonu için sürdürülebilir turizm politikasının oluşturulup oluşturulmadığı sorgulanmıştır. Bu kapsamda araştırmanın amacına uygun olarak geliştirilen mülakat formu katılımcılara uygulanmıştır.

Araştırmada Kastamonu turizminde söz sahibi olan kuruluşların yöneticileri ile görüşülmüştür. Ülke politikaları ekseninde Kastamonu'daki turizm stratejilerin belirlenmesinde önemli bir rol oynayan Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kastamonu Turizm ve Otelciler Derneği, Turizm fakültesi öğretim üyeleri ve Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir.

5. Bulgular

Kastamonu İlinde var olan turizm arzı doğrultusunda dünyada gelişen turizm talep ve türlerinde meydana gelen değişikliklere entegre olmak için, yeni turizm politikalarının oluşturulması ve yapılacak yatırımların yönlendirilmesinde etkin aktörlerden Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Kastamonu Turizm ve Otelciler Derneği, Turizm Fakültesi Öğretim Üyeleri ile TR82 Bölgesinde yer alan Kastamonu İlinin kalkınma stratejilerini belirleyen Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı ile görüşülmüştür.

1-Bölgede uygulanan sürdürülebilir turizm politikaları nelerdir?

Katılımcı 1. *“Ülkemizin şu anki durumunun iyi analiz edilmesi ve geleceğe yönelik doğru adımlar atılması, şüphesiz iyi tasarlanmış bölge planlarıyla olanaklıdır. Bölgesel kalkınmanın artık kurumsallaşmaya başladığı dönemde, ekonomik ve sosyal hedeflere ulaşabilmek için Bölge Planları büyük bir önem arz etmektedir. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından hazırlanan ve 2013-2023 dönemini kapsayan TR82 Düzey 2 Bölge Planı bu bütünün önemli bir parçasıdır. Sürdürülebilir turizm ile ilgili politika genel olarak turizm politikasının bir parçası olmaktadır ve turizmde sürdürülebilirliği belirtmektedir. Bu kapsamda ulusal turizm politikasına uygun düşecek şekilde TR82 Düzey 2 Bölgesinin turizm politikası belirlenmektedir. Bu politikanın gösterge metni ise Bölge planıdır. Bölge Planı, ülkemiz içinde bölgemizin eksi ve artılarını, sahip olduğumuz kaynakları orta koyan bir Swot analizi olarak değerlendirebiliriz. Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan 10. Kalkınma Planı'yla paralel stratejilere sahip olan bu belge, sadece bölgesel değil ulusal politikaları da etkileyecek güçtedir. Türkiye'nin 2023 senesi için turizm vizyonu; Sürdürülebilir turizm yaklaşımını benimseyerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konuma getirilmesi ve Türkiye'nin 2023 senesinde kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanmasıdır. Uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm gelirleri bakımından ilk beş ülke arasında TR 82 Bölgesi sahip olduğu doğal güzellikleri ile dünya da gittikçe daha fazla ilgi gören birçok turizm türüne uygun yapısıyla Türkiye 2023 turizm hedeflerinde önemli bir role sahiptir.”*

Bölge planının da turizmde sürdürülebilirlik ile ilgili olarak;

- *Turizm sektöründe ücretlerin düşük seyretmesi,*
- *Turizm tesisi inşasında çevreci ve korumacı yaklaşımların benimsenmemesi ve yerel ile uyunun gözetilmemesi,*
- *İstihdamda cinsiyet eşitsizliği*
- *Koordinasyon eksikliğine bağlı kaynak israfı sorunlarına vurgu yapmaktadır.*

Katılımcı 2. *“Valilik ve dernek projeleri ile ortak sürdürülen turizm politikaları belirlenmektedir. Ayrıca halkın beklentilerinin ele alınıp, yönetime katılmasını sağlayıcı yapıkurulması için gayret gösterilmektedir.”*

Katılımcı 3. *“Bu açıkçası kapalı bir konu. Sürdürülebilir dediğiniz ekonomik bir olguysa sadece kaynakların devamının sağlanması gerekiyorsa sürdürülebilir. Sonuçta yıllardır Kastamonu turizm yatırımı alıyor, işletmeler açılıyor ve bir sürü yenilikler yapılıyor. Bu yapılan yatırımların hepsi sürdürülebilir kavramının gerçekleştiğinin bir kanıtıdır. Ancak sürdürülebilirliğe turizm donesinden bakarsak maalesef kaynaklarımızı tüketiyoruz ve buda sürdürülebilirliğe ciddi zararlar veriyor. Burada yapmamız gereken elimizdeki kaynakları bir araya getirip bir ürün çıkardıktan sonra sürdürülebilirliğe dökmek gerekiyor. Uzun göl bunun en iyi örneklerindedir.”*

Katılımcı 4. *“Şu anda valilikle hazırlanan ortak bir platform var. Herkesin bağımsız katılmaya çalıştığı bir platform. Ne bize ait, ne üniversite ne de valiliğe ait. Ama daha çok sürdürülebilir turizm kapsamında neler yapabileceğimize ait planlamalarda Kuzka ile çalışıyoruz. Önce gruplar oluşturuldu. Kültür turizmi ile ilgili ya da gastronomi turizmi ile ilişkili insanlar toplandı. Kastamonu'ya ait bir web sitesi yapıldı. Bu web sitesinin içeriği bu formatla hazırlanacak ve tek bir logoya dönüldü. Nereye giderseniz gidin Kastamonu tek bir logoyla anılacak. Ortak bir turizm*

stratejisi geliştirildi. Genelde doğa ve inanç turizmi ağırlıklı çalışmaya çalışıyorlar. Kişisel kanaatim eğer sürdürülebilir turizm isteniyorsa bunun kesinlikle doğa temenni turizm olması gerekiyor.”

Katılımcı 5. “Bölgede 2 adet Milli Park bulunmaktadır. Bu kapsamda Orman Genel Müdürlüğü tarafından doğa turizmi master planları yapılmıştır. Yine bu kapsamda 2016 yılında doğa turizmi çalıştay yapılmıştır. Ayrıca bütünleşik Turizm Projesi 2017 Eylem Planına Sürdürülebilir Turizm ile giren konular şunlardır:”

- Kanyonlar, Şelaleler, Yaylalar vb. doğal turizm kaynaklarının buldukları yerlerde altyapı iyileştirilmesinin yapılması, tabelalar artırılarak görünürlülük ve ulaşılabilirlik düzeylerinin artması ve bütün bunları doğal bütünlüğün bozulmadan yapılması,
- Turizmin doğal kaynaklarının buldukları yerlerde turistlerin ihtiyaçlarını karşılayabileceği tuvalet vb. hizmet imkânlarının geliştirilmesi
- Doğal plaj oluşumlarını sağlayacak mendireklerin planlanması ve yapılması
- Hem il merkezinde hem de ilçe merkezlerinde turistlere yönelik trafiğe kapalı alanlar oluşturulması
- Kastamonu'ya özgü ürünlerin üretiminin yapılması ve Kastamonu logosu ile pazarlanması
- Turizm sektöründe konaklama kapasitesini ve hizmet kalitesini artırmaya yönelik kapsamlı bir program oluşturulması
- Tarihi ve turistik mekânlar ile mesire yerleri vb. turist/ziyaretçiler tarafından yoğun olarak kullanıldığı varış noktalarındaki altyapı, üstyapı sorunlarının çözümüne yönelik olarak projeler hazırlanması, finansman kaynaklarına erişim konusunda çalışmalar yürütülmesi

2-Uygulanan sürdürülebilir turizm politikasının Kastamonu ekonomisine etkisi ne düzeydedir?

Katılımcı 1. “Yine Bölge Planı gösterge ve hedeflerinden yola çıkarak genel olarak turizm sektörünün ekonomiye katkısı düşük seviyededir. Bu durum tesislere geliş sayısı, geceleme istatistiklerine bakılarak teyit edilebilir.”

Katılımcı 2. “Tesislere geliş sayılarını hedef kitle seçiminde tek başına analiz etmek yeterli olmamaktadır. Yerli ve yabancı turistlerin turizm alışkanlıklarının turizm işletme ve belediye belgeli tesislere göre 2009-2011 seneleri arasında geceleme sayılarıyla karşılaştırmak gerekirse; yabancı turistlerin geceleme sayısı yıldan yıla değişkenlik gösterse de yerli turistlerin geceleme sayısından fazladır(Bkz. Tablo 92).”

Katılımcı 3. “Turizm açısından büyük etkisi var. Artık herkesin bahsettiği gibi alternatif turizm dalları şu an yükselen bir trend. Her ne kadar Pazar payının büyük çoğunluğu deniz, kum güneş tatiline gitse de insanlar artık alternatif tatil rotaları arıyor. Bununda en büyük etmenlerinden biri ulaşımın kolay olması, informasyon tekniklerinin çok yayılması bölgelerin gelişiminde doğrudan katkı yapmaktadır. Ancak buna bağlı olarak açıkça söylemek gerekirse rakamlar biraz üzücü. Kastamonu'nun ortalaması 400.000, 500.000 geceleme geçen yılki rakamlara göre. Bu rakamların etüdünü yaparken şimdi 500.000 gecelemeden hepsi 500.000 turist değil. Bunun içinde pazarlama var, iş için gelen var yani her şey var bu 500.000 içinde. Buraya gelen bireylerin çoğu burayı transit yani bir durak yeri olarak kullanıyor. Öyle olunca da birey akşam 7 de giriş yapıyor sabah erken otelden ayrılıyor. Bu süre zarfında adam su bile almıyor. Bundan dolayı da genele vurduğumuzda rakamlar maalesef üzücü oluyor.”

Katılımcı 4. “Kastamonu her sene 380.000 turist alıyor. Ancak bu turistlerin yüzde kaçını buraya ne kadar pay bırakıyor. Çünkü çok kısıtlı. Genelde insanlar burayı durak olarak kullanıyor. Öncelikle bu insanların burada konaklaması lazım ki turizm ekonomisinden bahsedelim. Gelen 380.000 konunun tamamının turizm amaçlı geldiğini de düşünmüyorum. O yüzden öncelikle turist profili oluşturulmasına yönelik bir çabamız var. Buraya gelen turist profili nedir? Neden geliyor? Hangi amaçla seyahat ediyorlar? Bunun üzerinde durmaya çalışıyoruz. Ancak bu belli olduktan sonra insanların buraya ne kadar para harcadıkları yine bu kapsamda hazırladığımız anket çalışması ile öğrenebileceğiz. Bu bilgileri öğrendikten sonra ekonomik girdiyi rasyonel biçimde öğrenebiliriz.”

Katılımcı 5. “Henüz dikkate değer bir etkisi bulunmamaktadır. Ancak yeni eylem planı ile birlikte orta ve uzun vadede ekonomik etkileri artacaktır.”

3-Bölgede uygulanan sürdürülebilir turizm politikası dâhilinde uygulanan teşvikler nelerdir?

Katılımcı 1 ve 2'nin Ortak Görüşü “Gerek Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, gerekse Tarım ve Kırsal kalkınmayı Destekleme Kurumu bünyesinde konaklama, yeme-içme, turizm altyapısı-üstyapısı alanlarında özel sektör, kamu ve STK'lara mali destek (hibe) ve teknik destekler sağlanmaktadır. Bu kapsamda TR 82 Bölgesinde destekten yararlanma oranı oldukça düşüktür. Ayrıca yatırımlarda devlet yardımları hakkında karar kapsamında bazı destek unsurları Bölge'de yer alan paydaşlara kullandırılmaktadır.”

Katılımcı 3. “Turizm yatırım teşvikleri var. Turizm işletme teşvikleri var. Biz onlardan faydalanıyoruz. Kuzey Anadolu kalkınma ajansının teşvikleri var, aynı zamanda devletimizin vermiş olduğu faiz indirimi teşvikleri var. Yine turizm tanıtım teşviklerimiz var. Ama sıklıkla bunların yatırımcı ile buluşması lazım. Bizim en büyük sıkıntımız 4. bölgede olmamızdan dolayı yatırımcının önünü kesiyor. Ekonomik olarak reel bir ifade ile bakarsak 5. bölgede olmamız gerekiyor.”

Katılımcı 4. “Kuzka, TKTK gibi kurumlar teşvik veriyor. Özellikle göl köy yaşam Resort TKTK ile yapıldı. Zaten sürdürülebilirliğin devamı için teşvikler var.”

Katılımcı 5. “Bölgeye özel bir teşvik bulunmamaktadır. Ulusal düzeyde sunulan teşvikler bölge için de geçerlidir.”

4- Bölgede planlanan sürdürülebilir turizm politikası dâhilinde yapılan yatırımlarda devlet ve özel sektör işbirliği ne düzeydedir?

Katılımcı 1. “Ajansların temel görevlerinden bir tanesi kamu, STK, özel sektör işbirliğini geliştirmektir. TR82 Düzey 2 Bölgesi'nde bu işbirliği oldukça zayıftır. Bu sebeple sürdürülebilir turizme yönelik atılan/atılacak adımlar bir koordinasyon olmadan, gelişigüzel gerçekleştirilmektedir. Ajansımız bu işbirliğini geliştirecek çalışma ve faaliyetlere ağırlık vermektedir. Bu kapsamda bütünleşik turizm projesi etap etap faaliyete geçirilmektedir.”

Katılımcı 2. “Kastamonu coğrafi yapısı, iklimi, doğal ve kültürel zenginlikleri ile turizm için ideal koşullara sahip bir ildir. Bölgede öne çıkan doğal zenginlikler ilin başta kış, deniz, yayla turizmi gibi kitlesel; eko turizm, spor turizmi, mağara, kuş gözlemciliği, kaya tırmanışı, kanyon geçişi, doğa yürüyüşü, olta balıkçılığı, rüzgâr sörfü, dalma, yaban hayatı gözleme, av turizmi gibi özel ilgi turizmi kapsamına giren geniş bir çeşitliliğe sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Kastamonu bu açıdan kültürel zenginliği ve doğal güzellikleri ile dört mevsim süresince farklı turizm etkinlikleri potansiyelini bünyesinde barındırmaktadır.”

Katılımcı 3. “Devletin sunmuş olduğu güzel imkânlar var. Tamamen TKTK hibesiyle yapılan otellerimiz var. O yüzden devlet ile özel sektör sürekli işbirliğindedir. Ancak bunun işletmeler açısından daha da geliştirilmesi gerekmektedir.”

Katılımcı 4. “Devlet ve sektör iş birliğini kurgulayan yine Kuzka ve üniversite olacaktır.”

Katılımcı 5. “Henüz sınırlı düzeydedir. Bu işbirliğinin artırılmasına yönelik ciddi çalışmaların yapılması gerekir.”

5.1 Kastamonu İçin Uygulanan Sürdürülebilir Turizm Projeleri

5.1.1 Zümrüt Köyü Eko turizm Uygulama Projesi

Azdavay ilçemiz Zümrüt Köyü Küre Dağları Milli Parkı sınırında konuşlanmış tipik bir orman köyüdür. Küre Dağları Ekoturizm Derneği (KED),2004-2006 yılları arasında eko turizm projesi yapmıştır. Proje ile köyde eko turizmin altyapısı oluşturulmuş ve alternatif gelir kaynağı oluşturulmaya çalışılmıştır. Gerek proje fikrinin köylülerle tartışılması gerekse projenin uygulanmasına ilk etapta köy halkı istekli olmuş ancak tereddütle yaklaşmıştır.

Proje 2004 yılı yaz dönemi başlamış ve 18 ay süre öngörülmüş ancak 24 ay sürmüştür. Proje ile aşağıda belirtilen amaçların gerçekleştirilmesi öngörülmüştür(Kastamonu İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

- Tipik bir orman köyü olan zümrüt de eko turizm faaliyetleri ile orman üretimi dışında rekreasyonel faaliyetlerden ekonomik gelir oluşturmak.
- Köy ürünlerinin değerlendirilmesi, paketlenmesi ve saklanmasına yönelik çalışmalarla köy kadınlarının işlendirilmesi.
- Bu amaç çerçevesinde Zümrüt Köyünde yaşayan kadınlara proje süresince eğitimler verilmiştir. Köyde yetişen ürünlerin hijyenik bir şekilde hazırlanması ve ziyaretçilere sunulması konusunda köy kadınları bilinçlendirilmiştir. Köy için ürün logosu geliştirilerek ürünlerin paketlenmesine başlanmıştır.
- Kullanılmayan köy ilkokulunun ve köyde uygun iki evin pansiyon olarak kullanılacak hale getirilerek yörede pansiyonculuğu geliştirmek.
- Bu amaç çerçevesinde; köyde kullanılmayan ilkokul restore edilerek ziyaretçi merkezine dönüştürülmüştür. Köye gelen doğaseverler yine köylüler tarafından okulda her türlü konuda bilgilendirilmektedir. Diğer yandan köyde iki geleneksel ev pansiyon şekline dönüştürülmüştür. Köye gelen ziyaretçilerin istemesi halinde köyde konaklama imkânına sahip bulunmaktadırlar.
- Köyde yerel doğa kılavuzluğu sistemini geliştirmek
- Bu amaç çerçevesinde yaklaşık 10 kişi eğitilerek köye gelen ziyaretçilerin yöreyi güven içinde gezmeleri sağlanmaktadır.
- Ata binmek, bisiklete binmek ve doğa yürüyüş olanakları oluşturularak farklı aktivitelere altyapı oluşturmak.
- Yine ziyaretçilere farklı rekreasyonel aktiviteler sunmak amacıyla 10 adet at alınarak atlı yürüyüş gerçekleştirilmektedir.
- Kanyon aktiviteleri geliştirmek.
- Küre Dağları Milli Parkının karstik yapısının bir sonucu olan kanyon ve mağaralar ziyaretçilerin ilgi odağı olmaktadır. Bu alanlara yapılan ziyaretler önemli bir rekreasyonel aktivite olarak değerlendirilmektedir(Kastamonu İl Kültür Ve Turizm Müdürlüğü, 2017).

Sonuç olarak Bütün bunlar amaçlanmasına rağmen yöre halkı bu projeyi tam olarak benimseyemediği için 2 yıl devam eden bu projenin ne yazık ki daha sonrasında devamı gelmemiştir.

5.1.2 İstiklal Yolu Projesi

Kastamonu Valiliği, 2008 yılında başlattığı İstiklal Yolu Projesi ile Türkiye'nin en uzun üçüncü trekking parkurunu oluşturmuştur.

İstiklal Yolu'nda Kurtuluş Savaşı boyunca İnebolu açıklarına gemilerle gelen cephane ve silahlar kayıklarla İnebolu'ya getirilmiş, Kastamonulu kadınlar, yaşlılar ve çocuklar tarafından zor şartlarda cepheye taşınmıştır. Savaşın kazanılmasında çok etkili olan bu yol hattının önemini Mustafa Kemal Atatürk'ün "Gözüm cepheye kulağım İnebolu'da" sözü de vurgulamaktadır(Turizm Eylem Planı, 2011).

Kastamonu Valiliği yaptığı çalışmalar ile İstiklal ruhunu taşıyan bu yol üzerindeki birçok tarihsel yapıyı restore etmiş, yeni işlevler vermiş, yolu heykeller ve anıtlarla süslemiş, rekonstrüksiyonlar yapmıştır. Bunun dışında yol uluslararası işaretleme sistemi ile işaretlenmiş ve sahip olduğu muhteşem doğa içinde 95 km'lik trekking parkuru oluşturulmuştur(Turizm Eylem Planı, 2011).

Ankara Kültür Varlıkları Koruma Bölge Kurulu tarafından tescil edilerek koruma altına alınan İstiklal Yolu, Kültür ve Turizm Bakanlığınca ilan edilen 12 kültür rotasından biridir.

5.1.3 Çömlekçiler Köyü Projesi

Kastamonu Daday ilçesinde Çömlekçiler Köyü'nde yıl boyunca atlı turlar düzenlenmektedir. Çeşitli işletmeler tarafından pansiyonculuk, atlı turizm, atv safari, yayla gezileri, kışın atlı kızak turları ve avcılık faaliyetleri gerçekleştirilmektedir.

5.1.4 Küre Ersizlerdere Eko Turizm Bölgesi

Ersizlerdere doğa turizmi açısından oldukça zengin ve bakir bir bölgedir. Ersizlerdere ve çevresinde dağcılık, doğa ve kanyon yürüyüşleri, trekking, hiking, tematik turizm fotoğraf çekimi, araştırma, kültür turizmi, av sporları yapılabilir. Ersizlerdere'ye ulaşımın kolay oluşu önemli bir avantajdır. Birçok mantar ve bitki türünü bu bölgede görmek mümkündür. 2,5 Km Doğa ve Kanyon yürüyüşü yapılabilen yürüyüş parkuru vardır. Bölgede arıcılık faaliyetleri yoğun olarak yapılmaktadır. Ersizlerdere'de konaklama için köy evleri onarılıp turizme kazandırma faaliyetleri devam etmektedir. Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Tarafından Türkiye'nin İlk Köy Tasarım Rehberi Ersizlerdere için hazırlanmıştır.

5.1.5 Azdavay Enduro Yarışları

2014 yılında Karadeniz Havzasında Macera Turizm Ağı'nın geliştirilmesi Projesi kapsamında ilimiz Azdavay ilçesi Suğla Yaylası'nda Macera Sporları Festivali ve Türkiye Enduro Şampiyonası 4. Ayak Yarışları gerçekleştirilmiştir. Macera Sporları Festivali kapsamında dağ koşusu, dağ bisiklet yarışı ve motor yarışları yapılmıştır. 2014 yılında yapılmaya başlanan Enduro yarışları her yıl yaklaşık aynı tarihlerde devam etmektedir.

5.1.6 Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı (KKDYP)

Tarım ve Köy işleri Bakanlığı tarafından, Kırsal kalkınma plan ve programları ile 2006 -2010 Ulusal Tarım Stratejisi çerçevesinde, tarım üreticilerine kırsal alanlarda bireysel ve/veya bir arada yapacakları öz sermayeye dayalı projeli yatırımları için belirlenen iller dâhilinde kırsal alanda ekonomik ve sosyal gelişmeyi sağlamak için kırsal kalkınma programları uygulamaya konulmuştur (Orman Ve Su İşleri Bakanlığı, 2013).

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm ülkedeki mevcut değerlerin korunmasına ve gelişmesine yardımcı olur. Turizm bölgedeki tarihi ve kültürel yapıların ziyaretçilerin sıkça gidip gördüğü doğal varlıkların korunmasında önemli bir rol oynar. Bu iki olgu devletlerin turizm politikalarında sık sık gündeme gelmiştir. Bu başlık altında özellikle sonradan popüler haline gelen'' sürdürülebilir'' kavramı ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilirlik, sadece turizm ile ilgili bir odak noktası olmayıp diğer sektörlerce de benimsenmiştir.

Sürdürülebilirliğin yerel ve uluslararası kalkınmada ki rolü büyüktür. Ülkelerin ekonomik kaynaklarını oluşturan yapıların korunup geliştirerek, gelecek kuşaklara da bu pazardan idame etmesine olanak tanıyan bir yaklaşım olarak değerlendirilebilir. Bu stratejik olgu '' sürdürülebilir kalkınma'' anlayışını ortaya çıkarmış ve kısaca doğal yaşama zarar vermeden pazarlama olarak ifade edilmiştir. Bu bağlamda bölgelerin, şehirlerin ve yörelerin ekonomik düzeyde kalkınmasına da önemli fırsatlar sunmuştur. Ayrıca sürdürülebilir kalkınma bölgelerin, şehirlerin ve yörelerin ekonomik yönden gelişimini sağlarken aynı zamanda ekonomik kazanç unsuru olan bu yerlerin sosyal ve kültürel yapılarının korunmasına da olanak tanımaktadır. Böylece turizmin ülke ekonomisinin büyük bir payına sahip olmasından dolayı ekonomik kaynakların doğru zaman ve yerde kullanılması için '' sürdürülebilir turizm politikası'' oluşturulmasını zorunlu kılmıştır.

Planlı bir şekilde idare edilmeyen bölgelerin, şehirlerin ve yörelerin turizminde, doğal kaynakların çabuk tüketilmesi, kültürel yapıların tahrip olması ve çevresel kirliliğin artması gibi olumsuz sonuçlar çıkmaktadır. Bu sebepten dolayı turizm kaynaklarından maksimum verimi almak, kâr marjinalini yükseltmek ve doğaya gelecek zararı en aşağı çekmek ancak iyi bir şekilde planlanmış '' sürdürülebilir turizm politikası'' ile mümkündür. Çünkü turizmin başarılı olması iyi hazırlanmış plan ve politika ile olanaklıdır.

Bu bilgiler ışığında araştırmanın uygulama sahası olan Kastamonu ilinde, yeterli potansiyel turizm kaynakları olmasına rağmen sürdürülebilir turizm politikasının uygulanmasında başarılı olmadığı görülmektedir. Kastamonuda turizm sektöründe gelişmekte olan diğer iller gibi yeniden iyi planlanmış sürdürülebilir turizm politikası hazırlanmalıdır. Bu hususta ilk olarak elde ki kaynaklar doğrultusunda bir turistik ürün çıkarılmalıdır. Çünkü turistik ürün olmadan şehre gelen turiste bir pazarlama yapılmayacağı gibi sürdürülebilirlikten de bahsedemeyiz. Ayrıca şehirdehangi alternatif turizm çeşitlerinin turiste sunulacağı konusunda kararsızlık vardır. Bunlara ilave olarak şehirde önemli derece de tesisleşme ve alt-üst yapı gibi süregelen sorunlar vardır. Tüm bu eksikler Kastamonu için planlanan sürdürülebilir turizm politikalarının oluşmasına bir engel olarak görülebilir.

Kastamonuda sürdürülebilir turizm politikasının oluşması için yapısal bir model hazırlanmalıdır. Bu yapısal model bölgenin doğasına, kimliğine ve kültürüne zarar vermeyecek şekilde olmalıdır. Ayrıca Kastamonuda sürdürülebilir turizm politikasının oluşturulması içinçözüm önerileri aşağıda belirtilmiştir.

- Doğa turizmi alanlarındaki yapılaşmada çevreye ve biyolojik hayata zarar verilmemesi,
- Doğa turizmine yönelik web sitesi oluşturulması,
- Doğa turizmiyle ilgili tanıtıcı yayınların sağlanması,
- Yerel halkın çevresel ve toplumsal sorumluluk içinde turizm faaliyetlerini sürdürebilmeleri,
- Mevcut yöre mimarisine uygun yapıların restore edilerek turizme kazandırılması,
- Gerekli alt yapı çalışmalarının yapılması,
- Dağcılık ve doğa yürüyüşü faaliyetlerinin artırılması,
- Mağaraların alt yapı çalışmalarının yapılarak turizme kazandırılması,
- Kanyonlara seyir terasları yapılması,
- Bisiklet ve atv parkurları oluşturulması,
- Yayla evlerinin turizme kazandırılması ve diğer turizm çeşitlilikleri ile entegrasyonunun sağlanması (atlı turizm, bisiklet ve atv safari vb.)
- Alanların girişinde karşılama ve yönlendirme noktalarının bulundurulması, gerekmektedir.

Kastamonu'nun turizmde söz sahibi olabilmesi ve sürdürülebilirliğin devamı için geliştirilmiş bir tanıtım ve reklam ağına ihtiyaç duymaktadır. Günümüzde ziyaret edilen yerlerin tekrar gelecek senelerde de ziyaret edilmesini sağlamak için tanıtımlara, organizasyonlara ve sosyal medya gibi yayın organlarını da sürdürülebilir turizm politikasına ilave edilerek etkin bir pazarlama aracı oluşturulmalıdır.

Tüm bunlara ek olarak, yerel halkıda kapsayacak şekilde turizm politikası oluşturularak hem sürdürülebilirliği hem de turist çekme olgusu kazanılmalıdır. Halkın dâhil edilmediği bir planlama sürdürülebilir olmayacağı gibi şehrin turizm kimliğine de zarar verecektir.

Konaklama ve alt yapı gibi sıkıntılar ilde devam eden problemlerin başında gelmektedir. Günübirlik ziyaretçi profilinden konaklamalı ziyaretçi pazarına geçilmesi için kaliteli tesis sayısını artırmak gerekmektedir. Özellikle Kastamonu'ya gelen hedef grup pazarları içerisinde; Ankara ve İstanbul'dan gelen ziyaretçilerin yanı sıra mezuniyet ve askeri törenler için gelen aile gruplarına alternatif kaliteli konaklama tesisi sağlayacak sürdürülebilir bir politika oluşturulmalıdır.

Kastamonu ilinde turizm olgusunun oluşması ve yerel halkın planlamaya dâhil edilebilmesi için ev pansiyonculuğu önem taşımaktadır. Kastamonu'ya gelen turistlerin bölgeyi gezdikten sonra geceyi de şehirde geçirmelerini sağlayarak kültürel etkileşime olumlu katkılarda bulunacaktır.

Kastamonu'nun ilk olarak elinde ki mevcut turistik değerlere yön vermelidir. Bunlar ilk olarak birçok ziyaretçiye ev sahipliği yapan Ilgaz dağı ile turistlerin geliş nedenlerinden en çok sırayı alan dini inanç merkezleri turistik ürün olarak çıkarılmalıdır. Bunların yanı sıra alternatif turizm çeşitlerinden kültür, doğa ve yayla turizmi gibi turistik değerler bir paket haline getirilip acenteler aracı ile turistlere sunulmalıdır. Böylece şehir için turistik bir ürün oluşturularak sürdürülebilir bir politika anlayışı benimsenmiş olacaktır.

KAYNAKÇA

- ALACA, A, B, (1997). “ Turizm Politikası, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Sorunları Ve Çözüm Önerileri”. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- AYAZ, E, (2002). “ Yapılarda Sürdürülebilirlik Kriterlerinin Uygulanabilirliği”. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- AYMANKUY, Y. (1993). “ Turizmde Tanıtma Stratejileri ve Politikaları ile Türkiye'deki Durumun İncelenmesi”. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- BAHAR, O, (2007). “ Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açından Yeri Ve Önemi”. Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 19
- BARAN, N, (2015). “ Sürdürülebilir Turizm Planlaması Ve Bölgesel Ekonomik Kalkınma: Gap Örneği”. Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir Ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- BAYKAL, T, Baykal, H, (2008). “ Küreselleşen Dünya’da Çevre Sorunları”. Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 9
- BEYHAN, G, (2004). “ Kültürel Süreklilik Ve Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm Ve Kimlik Kavramsal Modeli: Pamukkale Örneği”. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi
- BEYHAN, G, ÜNÜGÜR, M (2005). “ Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm Ve Kimlik Modeli”. İTÜ Mimarlık Fakültesi, İTÜ Dergisi, Sayı 2
- BULUT, Z, (2006). “ Kemaliye(Erzincan) İlçesi Ve Yakın Çevresinin Alternatif Turizm Kapsamında Rekreasyonel Turizm Faaliyetlerinin Belirlenmesi”. Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- COŞKUN, O, İ, (2004). “ Turizm Politikası Ve Planlanması İçin En Uygun Talep Öngörü Yönteminin Belirlenmesi”. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- ÇAĞLI, B, I, (2012). “ Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizm Örneği”. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir Ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- ÇEKEN, H, (2008). “ Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme”. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi, Sayı 2
- ÇELİK, G, (2012). “ Turizmin Ekonomik Kalkınmaya Katkıları: Manisa İli Örneği”. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- ÇELİK, N, (2014). “ Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği”. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- DEMİR, E, (2016). “ Bölgesel Kalkınmanın Finansmanında Kalkınma Ajansların Rolü: Daka Örneği”. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- DEMİRCİOĞLU, G, A, (1997). “ Turizm-Çevre Etkileşimi Bakımından Sürdürülebilir Turizm Planlaması”. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı 2
- DOĞAN, S, YILDIZ, Z, (2007). “ Bölgesel Kalkınma, Turizmin İlişkisi Ve Göller Bölgesi Kalkınmasında Alternatif Turizm Potansiyelinin Kullanılabilirliğine Yönelik Araştırma”. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 6
- DURGUN, A, (2006). “ Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü: Isparta Örneği”. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- DURAN, E, (2009). “ Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal Ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği”. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- ECERAL, Ö, T, ÖZMEN, A, C, (2009). “ Bepazarı’nda Turizm Gelişimi Ve Yerel Ekonomik Kalkınma”. Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı 2
- ESER, S, DALGIN, T, ÇEKEN, H, (2010). “ Sürdürülebilir Turizm Turizmi: Efes Örneği”. Ege Coğrafya Dergisi, Sayı 2

- GÜLBAHAR, O, (2009). “ Turizmin Bölgelerarası Gelişmişlik Farklarını Gidermedeki Rolü: Türkiye Örneği”. İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, Sayı 1
- GÜNAYDIN, G, (2011). “ Sürdürülebilirlik Kapsamında Çevresel Ürün Bildirgelerin Yapı Sektöründe Uygulanması: Türkiye İçin Öneri”. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- KALAYCIOĞLU, O, (2017). “ Balıkesir İli Yerel Yöneticilerinin Turizme Ve Balıkesir Turizm Potansiyeline Bakış Açıları”. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- KARASU, A, (2013). “ Türkiye’de İzlenen Turizm Politikaları: Mardin Turizmine Yansımaları”. Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Ve Otel İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- KARĞI, S, (2010). “ Kıyı Turizminden Alpinizme Sürdürülebilir Turizm: Burhaniye Edremit- Kaz Dağı Örneği”. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- KAYA, E, (2011). “ Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Cunda(Alibey) Adası Turizm Yönetim Planı Modeli Önerisi”. İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- KARAYILAN, E, (2014). “ Gelişmekte Olan Ülkelerde Sürdürülebilir Turizm Politikaları Ve Toplumsal Katılım İlişkisinin Kurumsal Bakış Açısıyla İncelenmesi: Türkiye Örneği”. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- KELEŞ, Ö, (2007). “ Sürdürülebilir Yaşama Yönelik Çevre Eğitimi Aracı Olarak Ekolojik Ayak İzinin Uygulanması Ve Değerlendirilmesi”. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı Fen Bilgisi Öğretmenliği Bilim Dalı, Doktora Tezi
- KILIÇ, Z, (2014). “ Avrupa Birliği’nde Ve Türkiye’de Sürdürülebilir Kalkınma Sürdürülebilir Bankacılık Uygulamaları”. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- KOBESHOVA, A, (2013). “ Kazakistan’da Turizm Potansiyelini Getirmeye Yönelik Politikalar”. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- KÜÇÜK, M, (2012). “ Turizmin Yerel Kalkınmaya Etkisi Ankara Kızılcahamam Örneği”. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi Ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yerel Yönetimler Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- KÜÇÜKSARI, G, (2011). “ Turizmin Yerel Ekonomiye Etkisinin Konaklama İşletmeleri Özelinde Analizi: Manavgat Örneği”. İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Şehir Ve Bölge Planlama Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- MASARA, L, L, (2015). “ Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Ortaya Çıkan Stratejiler”. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- ÖZER, N,B, (2013). “ Uluslararası Kuruluşların Sürdürülebilir Kalkınma Politikaları”. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- SARKIM, M, (2007). “ Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları Ve Antalya Örneği”. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- SEÇİLMİŞ, C, SARI, Y, (2010). “ Türkiye’de İllerin Turizm Gelişmişlik Endeksinin Oluşturulmasına Yönelik Bir Araştırma”. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 32
- SOLMAZ, C, (2012). “ Turizm Politikalarının Oluşturulmasında Turist Rehberlerinin Rolü”. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- SÖZEN, Ö, M, (2006). “ 1982 Sonrası Dönemde Türkiye’ De Uygulanan Turizm Politikaları Ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri”. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi
- ŞEKER, H, (2011). “ Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü Ve Amasya Örneği”. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tez

- TAŞCIOĞLU, G, S (2016). ‘‘ Sürdürülebilir Turizm İçin Stratejilerin Geliştirilmesi; Kuzey Antalya Kültür Ve Turizm Koruma Ve Gelişim Bölgesi Örneği’’. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- TEKİNDAĞ, M, (2013). ‘‘ Avrupa Birliği Turizm Destek Politikaları Ve Türkiye Turizm Politikalarına Yön Verenlerin Alguları Üzerine Bir Uygulama’’. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- TIRAŞ, H, H (2012). ‘‘Sürdürülebilir Kalkınma Ve Çevre: Teorik Bir İnceleme’’. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı 2
- ULU, A, E, (2010). ‘‘ Türkiye’de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri Ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar’’. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı İktisat Politikası Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi

WEB KAYNAKLAR

- <http://www.festtravel.com/surdurulebilir-turizm-yili>, Erişim Tarihi: 08. 09. 2017
- <http://www.unicankara.org.tr/tr/bm-2017yi-uluslararası-surdurulebilir-turizm-yili-olarak-kutluyor>, Erişim Tarihi: 05. 08. 2017

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN KIRSAL ALANLARIN KALKINMASINA ETKİSİ VE SONSUZ ŞÜKRAN KÖYÜ ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Erkan AKGÖZ
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi/Selçuk Üniversitesi
erkan.akgoz@manas.edu.kg

ÖZET

Sürdürülebilir turizm yılın 365 günü, her alanda kaynakları koruyarak kullanmayı ve toplumun her kesimini kapsayan turizm türü olarak kabul edilmektedir. Bu özelliğinden dolayı son yıllarda üzerinde en fazla çalışma yapılan turizm türüdür. Özellikle kırsal alanların gelişmesinde büyük etkisi görülmektedir. Bundan dolayı bu çalışmada kırsal alanların kalkınmasında sürdürülebilir turizmin önemi ve etkileri araştırılmıştır. Araştırma için Konya/Hüyük’de oluşturulan “Sonsuz Şükran Köyü” (Village of Endless Thanks) örneği seçilmiştir. Sonsuz Şükran Köyü, yörenin tarihi ve sosyal birikimleri dikkate alınarak oluşturulan bir yerleşim yeridir. Burada ulusal ve uluslararası sanatçıların etkinlikleri, atölye çalışmaları ve yaşam mekânları oluşturulmuştur. Sonsuz Şükran Köyü bu özelliklerinden dolayı Türkiye’de bir ilktir. Bu proje hem bölgenin imajına olumlu katkı sağlamış, hem de bölgeye ciddi anlamda turizm hareketliliği kazandırmıştır.

Sürdürülebilir turizmin etkisine dikkat çekmek ve diğer destinasyonlara model oluşturmak amacıyla hazırlanan bu çalışma iki bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın birinci bölümünde sürdürülebilir turizm, kırsal alan ve kırsal kalkınma kavramları açıklanmış; ikinci bölümde ise sürdürülebilir turizmin kırsal alanlar üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırma için de anket yöntemi kullanılmıştır. Anket çalışmasındaki veriler, bölgedeki yerel halktan elde edilmiş ve SPSS paket programı ile değerlendirilmiştir. Değerlendirme sonucunda turizmin kırsal alanlara sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal, kültürel ve çevresel katkılarının olduğu da tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Alan, Kırsal Kalkınma, Sürdürülebilir Turizm.

THE IMPACT OF SUSTAINABLE TOURISM IN DEVELOPMENT OF RURAL AREAS AND THE SAMPLE OF VILLAGE OF ENDLESS THANKS

ABSTRACT

Sustainable tourism is considered to be a type of tourism that covers every part of the society, 365 days a year ongoing while protecting the resources of every area. Because of this feature, it is the most studied type of the tourism in recent years. Therefore, in this study, the importance and effects of sustainable tourism in the development of rural areas have been evaluated. For the study, Village of Endless Thanks which is established in Konya, Hüyük was chosen as a model. The Village of Endless Thanks is established on the basis of the historical and social heritage of the region. In the village, activities of national and international artists, their studio works and living spaces were established. Because of these features Village of Endless Thanks is a first in Turkey. This project has provided both positive contribution to the image of the region and serious tourism mobility.

This study which is designed to draw attention to the effect of sustainable tourism and to create a model for other destinations consists of two parts; In the first part of the study, the concepts of sustainable tourism, rural area and rural development are explained; In the second part, the effects of sustainable tourism on rural areas were investigated. The questionnaire method was used in the study. Data in the questionnaire were obtained from the local population in the region and evaluated by the SPSS package program. As a result of the evaluation, it has been determined that tourism has not only economic but also social, cultural and environmental contributions to rural areas.

Keywords: Rural Area, Rural Development, Sustainable Tourism.

1. GİRİŞ

Turizm, siyasi ve ekonomik kısıtlamalardan uzak olması ve en az baskıya maruz kalmasından dolayı en önemli bölgesel ve ülkesel kalkınma aracı olarak görülmektedir. Bunun için de eldeki doğal, tarihi ve kültürel değerlerden en etkin biçimde faydalanmaya gayret gösterilir. Bu kaynaklardan planlı ve koruma-kullanma ilkesine bağlı kalarak ürün çeşitliliği oluşturulur. Çünkü günümüz turizm hareketleri

dikkate alındığında, turistler alışılmışın dışındaki yenilikleri keşfetmek, farklılıkları denemek ve alternatif turizm türlerine yöneldiği görülmektedir. Standart turizm anlayışı dışında alternatif turizm faaliyeti olarak da en çok kırsal alanlar tercih edilmektedir. Çünkü kırsal alanlar, turistlere etnik ve coğrafi karakterinden, tarihinden, farklı kültüründen ve kırsal doğasından kaynaklanan gizemli bir çekicilik sunmaktadır. Kırsal alanlarda gerçekleştirilen sürdürülebilir turizm, dünyada hızlı büyüyen turizm endüstrisinin gelişen bir alanıdır. (Heneghan, 2002). Kırsal alanlar doğal çekicilikleri, yerel kültürü ve alternatif faaliyetleri ile sürdürülebilir turizm için oldukça geniş ürün çeşitliliği sağlamaktadır.

Kırsal alanda gerçekleşen sürdürülebilir turizm, karakter ve fonksiyon olarak kırsal ve kırsal çevre, ekonomi, tarih ve bölgenin eşsiz unsurlarını yansıtan turizm hareketleri olarak tanımlanabilir (Tcetchik, vd. 2006). Turizm hareketlerinde toplum ve toplumun kültürü, turistleri destinasyona çeken en önemli turistik üründür (Lawson vd, 1998, s. 247). Bu durum kırsal alanlarda daha fazla önemsenmektedir.

Bundan dolayı çalışmamızda, kırsal alan ve kırsal alanların geliştirilmesinde sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin önemine vurgu yapılmıştır. Kırsal alanlarda gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri araştırılarak sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizme yapacağı katkılar araştırılmıştır.

2. KIRSAL ALAN VE KIRSAL KALKINMA

Kırsal alanlar, ekonomisi tarıma dayanan, yüz yüze ilişkilerin yaygın olduğu, işbölümü ve uzmanlaşmanın gelişmediği, toplumsal ortamlarda yaşayan insan topluluklarını içermektedir (Görün, 2004, s.128). Kırsal alanlar sosyo-ekonomik, nüfus yoğunluğu gibi çeşitli değişkenlere bağlı olarak da sınıflandırılmaktadır (Kut, 2013).

Kırsal alanlar genel olarak nüfus yoğunluğuna göre belirlense de bu alanların tespiti üç farklı kritere göre de yapılmaktadır. Bunların birincisi; nüfus yoğunluğu ve yerleşme hacmi, ikincisi; alan kullanımı kapsamında kırsal alan, üçüncüsü ise; geleneksel sosyal yapı, toplum kimliği ve kültürdür (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006, s. 9). Kırsal alanda toplum kimliği, geleneksel yapıdadır ve geçmişin izleri oldukça güçlüdür (Soykan, 2003, s. 72). Yaşam şartları ve ekonomik aktiviteler çoğunlukla doğal üretim kaynaklarının kullanımı ve değerlendirilmesi ile gerçekleşmektedir.

Kalkınma ise; genel olarak bir ülkenin milli gelir düzeyinde meydana gelen sürekli artışa bağlı olarak ekonomik, sosyal ve siyasal yapıda meydana gelen değişimleri içeren bir süreç şeklinde nitelendirilmektedir (Clarke, 1999, s. 34). Kırsal alan veya kırsal yerleşme olarak tanımlanan alanlardaki sosyal, kültürel ve ekonomik tüm şartların, çevre koruma ve sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde, bu bölgelerde yaşayan insanların refah ve yaşam düzeylerinin yükseltilmesine yönelik plan, politika ve uygulamalar da kırsal kalkınma olarak kabul edilmektedir. Kırsal kalkınma, insan yaşamına olumsuzluklar getiren çevre koşullarının iyileştirilmesi (Tolunay ve Akyol, 2006, s. 121), teknik bilgi ve yeniliklerin çiftçiye öğretilmesi ve kabulüne yönelik süreci ifade etmektedir.

Kırsal kalkınma; kırsal alanlardaki yaşam koşullarını iyileştirmeye yönelik, kırsaldaki nüfusun kentsel alanlardaki ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik olanaklardan göç olgusunu yaşamalarına gerek olmaksızın, buldukları yerde faydalanmalarını sağlamaya yönelik ekonomik ve sosyal politikalar bütünüdür. Kırsal kalkınmadaki asıl amaç; temelde yerel potansiyel ve kaynakların değerlendirilmesini, doğal ve kültürel varlıkların korunmasını esas alarak, kırsal toplumun iş ve yaşam koşullarının kentsel alanlarla uyumlu olarak yöresinde geliştirilmesi ve sürdürülebilir kılınmasıdır (DPT: 2006).

Yukarıdaki tanımlardan da anlaşılacağı gibi kırsal kalkınma; kırsal alanlarda yaşayanların ekonomik, sosyal ve kültürel yapısını geliştirecek üretim, gelir ve refah düzeylerinin iyileştirilmesidir. Bununla birlikte kentsel alanlarda var olan fiziksel ve beşeri altyapının kırsal alanlarda da oluşturulması; tarım, orman ve hayvansal ürünlerin daha etkin kullanılmasına yönelik süreçler bütünü olarak kabul edilebilir.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN KIRSAL KALKINMAYA ETKİSİ VE ÇAVUŞ KASABASI ÖRNEĞİ

Turizm basit bir seyahat ve konaklama olayı değildir. Milyonlarca insanı ve kurumu hem üretici hem de tüketici olarak doğrudan veya dolaylı olarak ilgilendiren bir sektördür. Bundan dolayı kırsal alanların ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan gelişmesi turizm faaliyetleri ile daha kolay gerçekleşebilir. Çünkü turizmin etkileri kırsal alanlarda kentsel alanlara göre daha hızlı görülür (Teye vd., 2002, s. 669). Kırsal alanda gerçekleştirilen turizm, diğer turizm türleriyle entegre olabilme gücü sayesinde onlara dinamizm vererek kırsal bölgeyi sadece ekonomik değil, aynı zamanda çevresel ve sosyo- kültürel açıdan da etkileyebilmektedir.

3.1. Kırsal Alan ve Sürdürülebilir Turizm

Turizm açısından kırsal alan; deniz merkezleri dışında kalan, kentsel yerleşim yerlerinden uzakta, kırlara özgü doğal ve kültürel yapısını koruyan, tenha ve doğal alan olarak tanımlanmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 9). Başka şehirlerde yaşayanların sosyo-ekonomik durumlarının yükselmesi, boş zamanlarının artması, büyük şehirlerdeki monoton çalışma ortamı, hava kirliliği, gürültü ve stresten uzaklaşma isteği gibi faktörler, kırsal turizmin artmasına ve yaygınlaşmasına sebep olmuştur (Holloway and Taylor, 2006; Yu, 1999).

Ayrıca kırsal yörelerin kendine has doğal ve kültürel yapıları; sanayileşmiş, büyük kentlerde oturanların giderek artan rekreatif ihtiyaçlarını karşılamak için uygun ortam olarak da görülmektedir. Bundan dolayı kırsal alanlarda gerçekleşen turizm faaliyetleri, destinasyonları çok farklı şekilde etkilemektedir. Turizmin kırsal alanlara yapacağı etkiler aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Sürdürülebilir turizm, her mevsim yapılabilecek bir turizm türüdür.
- Sürdürülebilir turizm, turizmin coğrafi dağılışında denge unsurudur.
- Sürdürülebilir turizm bir çok turizm türüne entegre olabilir.
- Sürdürülebilir turizmde rekreasyonel etkinlikler çok çeşitli ve özgündür.
- Sürdürülebilir turizmin turist profili farklıdır.
- Sürdürülebilir turizm, doğal çevrenin ve kültürel mirasın korunmasına katkıda bulunur.
- Sürdürülebilir turizm, sürdürülebilir kalkınma anlayışına hizmet eder.
- Sürdürülebilir turizm bir ülkenin tanıtımında önemli bir araçtır (Kesici, 2012).

3.2. Çavuş Kasabası (Sonsuz Şükran Köyü)

Çavuş kasabası Konya'ya yaklaşık 100 km. uzaklıktadır. Kasabada oluşturulan “Sonsuz Şükran Köyü” (Village of Endless Thanks) projesi 156 hane olarak planlanmıştır. Şu anda bu proje dahilinde 24 hane faaliyet göstermektedir. Sonsuz Şükran Köyü’ndeki evler yörenin tarihi ve sosyal birikimleri dikkate alınarak inşa edilmektedir. Köydeki binaların temel özelliği kerpiç duvarlı ve düz çatılı, bir veya iki katlı olmasıdır. Binaların yapımında mümkün olduğunca doğal malzemeler tercih edilmektedir. Malzemelerin temin edilmesinde yerel imkânlar dikkate alınarak bölgeye ekonomik hareketlilik kazandırılmaktadır.



Resim 1: Köyden Genel Görünüm

Köydeki evler Selçuklu ve Osmanlı mimarisine göre inşa edilmektedir. Bunun için duvarlar çamur ve saman karışımı ile hazırlanan kerpiçlerle yapılmaktadır. Kerpiç duvarlar yaklaşık 50 cm. kalınlığındadır. Bu suvarlar sayesinde evler yazın serin kışın ise sıcak kalmaktadır. Evlerin tavanlarında çatı sistemi yoktur. Evlerin üstü kamyş ile kaplanmaktadır. Kamyş ile kaplanan tavan geçirgen özelliğe sahip olduğundan, evin içerisinde her zaman temiz hava kalmaktadır. Çünkü bu tür tavanlar evde koku ve duman tutmaz, ses yalıtımı içinde oldukça idealdirler.



Resim 2: Kerpiç Duvar Örnekleri



Resim 3: Kamış Tavan Örneği

Sonsuz Şükran Köyü'ndeki evlerin dekorasyonu da yine yerel ve doğal malzemeler ile yapılmaktadır. Bu malzemeler genel olarak ahşap veya çamurdan hazırlanmaktadır. Bunun içinde yöre insanı ile köydeki sanatçılardan yardım alınmaktadır. Bu sadeye yöreye birtakım sanatsal etkinlik de kazandırılmaktadır.



Resim 4: Evlerin İç Dekorasyon Örnekleri

Sonsuz Şükrün Köy'ünde inşa edilen evler ulusal ve uluslararası düzeyde yetkin sanatçılara satılmaktadır. Burası onlar için hem tatil, hem de çeşitli etkinliklerini ve atölye çalışmalarını gerçekleştirebilecekleri imkânlar sunmaktadır. Ayrıca bu sanatçıların desteği ile köyde her yıl ağustos veya eylül aylarında kültür ve sanat festivali düzenlenmektedir. Festival kapsamında bir önceki yıl ödül alan sinema filmleri ve diğer sanatsal etkinlikler, yöre halkına ücretsiz sunulmaktadır. Bu sayede yörenin hem ulusal hem de uluslararası tanıtımı gerçekleşmektedir. Sonsuz Şükran Köyü projesi (Village of Endless Thanks) bu gibi özelliklerinden dolayı yöreye hem ekonomik hem de sosyo-kültürel hareketlilik kazandırmaktadır. Başka destinasyonlar için de bir model oluşturabilecek özelliğe sahiptir.



Resim 5: Sanatsal Örnekleri

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Kırsal alanların geliştirilmesinde turizmin yapmış olduğu katkıyı belirlemek için hazırlanan bu çalışma aşağıda belirtilen metodolojiye göre hazırlanmıştır.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Bu araştırmanın temel amacı; kırsal alanda gerçekleştirilen sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin, klasik turizm faaliyetlerine göre farklı etkilerini ortaya koymaktır. Bunun için ilk önce konu ile ilgili yerli ve yabancı yazındaki araştırmalar incelenmiş ve uygun anket soru formu hazırlanmıştır. Geliştirilen anket formu iki bölüm ve 25 sorudan oluşmaktadır. Birinci bölümde ankete katılanların demografik

özelliklerine yönelik beş soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise 5'li likert ölçeğine göre; 6 tanesi ekonomik, 5 tanesi kültür, 5 tanesi sosyal ve 4 tanesi de çevre olmak üzere 20 soru bulunmaktadır. Anket soru formlarından elde edilen veriler IBM SPSS 22.0 programına kayıt edilerek uygun istatistiksel analizler ile değerlendirilmiştir.

4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini Türkiye'deki tüm kırsal alanlar oluşturmaktadır. Ancak Türkiye Rusya hariç tüm Avrupa ülkelerinden ve İran haricindeki tüm komşularından daha geniş bir coğrafyaya sahiptir. Bu özelliğinden dolayı tüm kırsal alanlara ulaşmak mümkün olmadığından, sadece Çavuş kasabasında yaşayan yöre halkına ulaşılmıştır. Yargısal örneklem yöntemi kullanılarak 200 kişiye anket soru formu verilmiş, 142 kişiden geri dönüşüm sağlanmıştır. Geri dönüşüm oranı % 71'dir.

4.3. Araştırmanın Güvenilirlik ve Geçerliliği

Bilimsel araştırmalarda dikkat edilmesi gereken en önemli husus, yapılan çalışmanın güvenilirlik ve geçerliliğinin test edilmesidir. Bu alan da en yaygın Alfa yöntemi (Cronbach Alfa Katsayısı) tercih edilmektedir. Genel olarak anket çalışmalarında Cronbach's Alpha katsayısının alt limiti, 70 kabul edilir (Hair vd., 2010). Araştırmanın güvenilirliğini ölçmek için hazırlanan tabloda da Cronbach Alfa (α) katsayısının 0,87 olduğu görülmektedir. Bu sonuç anket çalışmasının ($\alpha > 0,70$) güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 1: Güvenilirlik ve Geçerlilik Testi

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	20

4.4. Araştırmanın Demografik Özelliklere Göre Bulguları

Yapılan çalışma kapsamında görüşülen deneklerin demografik özelliklerini belirlemek için aşağıdaki tablo hazırlanmıştır. Buna göre;

- Araştırmaya dahil edilen 142 kişinin % 66,2'sini erkekler (94 kişi), % 33,8'sini de kadınlar (48 kişi) oluşturmaktadır.
- Araştırma kapsamında bulunanların % 80,3 evli, % 19,7 ise bekârdır.
- Katılımcıların en büyük yaş aralığını % 25,4 ile 46-55 yaş aralığındakiler, ikinci sırada ise % 23,9 oranıyla 36-45 yaş grubunda bulunanlar oluşturmaktadır.
- Eğitim durumu incelendiğinde ise birbirine yakın oranların olduğu görülmektedir. % 31,7 ile lise mezunları ilk sıra da yer alırken, en düşük oranı ise üniversite mezunları oluşturmaktadır (% 19,7).
- Turizm faaliyetinde en önemli unsurlardan birisi de ekonomik durumdur. Araştırma kapsamında yer alanların genel olarak asgari ücret düzeyinde bir gelire sahip olduğu görülmektedir (% 62,7). Araştırma kapsamında aylık geliri 3 000 ve üzerinde hiçbir katılımcı olmaması ile birlikte 7 kişi ise bu soruya cevap vermemiştir.

Tablo 2: Demografik Özellikler

Demografik Özellikler	N	Yüzde %	
Cinsiyet	Erkek	94	66,2
	Kadın	48	33,8
Medeni Durum	Evli	114	80,3
	Bekâr	28	19,7
Eğitim Durumu	İlkokul	33	23,2
	Ortaokul	36	25,4

	Lise	45	31,7
	Üniversite	28	19,7
Yaş	18-25	8	5,6
	26-35	27	19,0
	36-45	34	23,9
	46-55	36	25,4
	56-65	22	15,5
	66 ve üstü	15	10,6
Aylık Gelir (TL)	0-999	3	2,1
	1 000-1 499	89	62,7
	1 500-1 999	37	26,1
	2 000-2 499	6	4,2
	3 000 ve üzeri	0	0,0
	Belirtmeyen	7	4,9

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmanın bu bölümünde ise deneklerin sürdürülebilir turizmin kırsal alana yapmış olduğu etki ile ilgili düşünceleri madde analizi, T testi ve Anova testi kullanılarak değerlendirilmiştir.

5.1. Araştırma Sonuçlarının Madde Analizleri

Genel örneklem içerisinde yer alan deneklerin, turizmin kırsal kalkınmaya yaptığı etki ile ilgili düşünceleri Tablo 3’de madde analizi yapılarak gösterilmiştir. Bu analiz sonucuna göre turizm, kırsal alanda ekonomiye en fazla etkiyi “tarım ürünlerinin satış için yeni pazar oluşturur” düşüncesinde olduğu görülmektedir (4,48). Kültürel alanda ise en yüksek etkinin “farklı milletlerin kültür ve inançlarını tanıtır” ifadesindedir (4,30). “Toplumda hoşgörü anlayışını geliştirir” ifadesi ise 4,56 ile sosyal alana yaptığı etkiyi ifade etmektedir. Çevre konusunda ise “bölgede çevre bilinci ve çevreye saygıyı artırır” (4,52) seçeneğinde olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Madde Analizi

		İFADELER	N	Ort.	Std. Sap.
Ekonomik	1	Yeni istihdam alanları oluşturur	142	4,32	0,553
	2	Yerel ekonomiye çeşitlendirir, güçlendirir	142	4,20	0,449
	3	Yaşam maliyetlerini artırır	142	2,85	1,031
	4	Tarım ürünlerinin satışı için yeni pazar oluşturur	142	4,48	0,515
	5	Ev ve arsa fiyatlarının yükselmesine neden olur	142	3,57	0,926
	6	Kişisel yaşam kalitesini artırır	142	4,11	0,317
Kültürel	1	Kültürel ve tarihi dokuyu korur	142	4,14	0,349
	2	Farklı milletlerin kültür ve inançlarını tanıtır	142	4,30	0,473
	3	Yerel kültürü korur ve gelecek nesillere aktarır	142	4,13	0,362
	4	Yerel halkın farklı kültürler tarafından tanınmasını sağlar	142	4,15	0,363
	5	Sanat ve kültürel alanların açılmasını ve korunmasını sağlar	142	4,14	0,470
Sosyal	1	Barış ve huzur ortamı oluşturur	142	4,42	0,496
	2	Yerel ulaşım hizmetlerinin kalitesini artırır	142	4,09	0,411
	3	Bölgede yeni yaşam alanları oluşturur	142	4,38	0,487
	4	Toplumda hoşgörü anlayışını geliştirir	142	4,56	0,499
	5	Kentleşme ve nüfus yoğunlaşmasına sebep olur	142	4,11	0,478
Çevre	1	Bölgede çevre bilinci ve çevreye saygıyı artırır	142	4,52	0,501

2	Doğal kaynakların zarar görmesine ve çevre kirliliğine neden olur	142	1,77	0,657
3	Köy ve kasabanın yol ve kanalizasyon imkânlarını iyileştirir	142	4,12	0,367
4	Kamu hizmetlerinin daha kaliteli hala gelmesine yardımcı olur	142	4,12	0,421

5.2. Araştırma Sonuçlarının Farklılık Analizleri

Araştırmanın bu bölümünde deneklerin turizm faaliyetlerinin kırsal alanlarda yapmış olduğu etki ile ilgili düşünceleri ANOVA ve t testi analizlerine göre değerlendirilmiştir.

5.2.1. Cinsiyete Göre Farklılık Analizi

Araştırmaya katılan kişilerin cinsiyetleri ile turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri arasında anlamlı bir farklılığın olup olmadığını değerlendirmek için T-Testi uygulanmıştır. Bu test sonucunda varyansların homojen olduğu ve $p>0,05$ 'ten büyük olduğu sonucu elde edilmiştir. Buna göre kişilerin cinsiyetleri değişse de turizmin etkisi hakkındaki düşüncelerinde her hangi anlamlı bir farklılık görülmemiştir.

Tablo 4: Cinsiyete Göre Farklılık Analiz Tablosu

Cinsiyet		N	Ort.	Std. Sap.	P
Ekonomik Toplam	Erkek	94	3,69	0,332	0,440
	Kadın	48	3,74	0,321	
Kültürel Toplam	Erkek	94	4,15	0,284	0,170
	Kadın	48	4,22	0,312	
Sosyal Toplam	Erkek	94	4,29	0,318	0,208
	Kadın	48	4,36	0,368	
Çevresel Toplam	Erkek	94	3,61	0,273	0,239
	Kadın	48	3,68	0,375	

5.2.2. Medeni Duruma Göre Farklılık Analizi

Turizm faaliyetlerinin destinasyonlar üzerindeki etkisini ölçmek ve bunun medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini test etmek için de T- testi uygulanmıştır. Değerlendirme sonucunda ilk önce varyansların homojen dağılıp dağılmadığı incelenmiştir. Varyanslar sadece sosyal etkiler ile ilgili ifadelerde homojen olmadığı görülmüş ve sonuçlar buna göre değerlendirilmiştir. Tüm bu işlemlerin sonucunda da aşağıdaki tablo hazırlanmıştır. Medeni durum ile bireylerin turizmin etkileri ile ilgili görüşlerinde farklılık sadece sosyal etkiler üzerinde olduğu tespit edilmiştir (0,045). Diğer alanlarda ise herhangi bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 5: Medeni duruma göre farklılık analiz tablosu

Medeni Durum		N	Ort.	Std. Sap.	p
Ekonomik Toplam	Evli	114	3,69	0,312	0,205
	Bekâr	28	3,78	0,384	
Kültürel Toplam	Evli	114	4,16	0,292	0,164
	Bekâr	28	4,24	0,300	
Sosyal Toplam	Evli	114	4,29	0,346	0,045
	Bekâr	28	4,41	0,277	
Çevresel Toplam	Evli	114	3,63	0,318	0,735
	Bekâr	28	3,65	0,291	

5.2.3. Eğitim Durumuna Göre Farklılık Analizi

Araştırmaya katılan kişilerin eğitim durumları değiştikçe turizme bakış açılarında herhangi bir farklılık olup olmadığını test etmek için de Anova testi uygulanmıştır. Araştırmaya katılan kişilerin eğitim durumlarına göre grupları birbirine yakın olduğu için Anova testinde Gabriel testi kullanılmıştır. Eğitim durumu ile turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri ayrı ayrı tablolar oluşturularak değerlendirilmiştir.

5.2.3.1. Eğitim Durumu ile Ekonomik Etkisinin Analizi

Araştırmaya katılan kişilerin eğitim durumları değiştiğinde turizmin etkisi ile ilgili düşüncelerinde herhangi bir anlamlı farklılığın olup olmadığını test etmek için aşağıdaki tablo hazırlanmıştır. Tabloda Anova'nın Gabriel testine göre kişilerin eğitim durumları ile ekonomik etkiler arasında herhangi anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 6: Eğitim durumu ile ekonomik durumun analizi

Dependent Variable		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
					Lower Bound	Upper Bound	
Ekonomik Toplam	İlkokul	Ortaokul	0,062	0,078	0,963	-0,146	0,271
		Lise	-0,011	0,074	1,000	-0,209	0,187
		Üniversite	-0,130	0,083	0,537	-0,352	0,093
	Ortaokul	İlkokul	-0,062	0,078	0,963	-0,271	0,146
		Lise	-0,074	0,073	0,890	-0,267	0,120
		Üniversite	-0,192	0,082	0,114	-0,410	0,026
	Lise	İlkokul	0,011	0,074	1,000	-0,187	0,209
		Ortaokul	0,074	0,073	0,890	-0,120	0,267
		Üniversite	-0,118	0,078	0,561	-0,326	0,089
	Üniversite	İlkokul	0,130	0,083	0,537	-0,093	0,352
		Ortaokul	0,192	0,082	0,114	-0,026	0,410
		Lise	0,118	0,078	0,561	-0,089	0,326

5.2.3.2. Eğitim Durumu ile Kültürel Etkisinin Analizi

Turizmin kültürel etkisinin eğitim durumu ile ilişkisini araştırmak içinde Anova testi kullanılmıştır. Gruplar arasında yakın bir ilişki olduğundan burada da Gabriel testi tercih edilmiştir. Bu test sonucuna göre de araştırma kapsamında yer alan kişilerin görüşlerinde herhangi anlamlı bir farklılığa rastlanılmamıştır ($p>0,05$).

Tablo 7: Eğitim durumu ile kültürel durumun analizi

Dependent Variable		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
					Lower Bound	Upper Bound	
Kültürel Toplam	İlkokul	Ortaokul	-0,071	0,070	0,896	-0,259	0,117
		Lise	-0,146	0,067	0,167	-0,325	0,032
		Üniversite	-0,122	0,075	0,484	-0,323	0,078
	Ortaokul	İlkokul	0,071	0,070	0,896	-0,117	0,259
		Lise	-0,076	0,065	0,817	-0,250	0,099
		Üniversite	-0,052	0,074	0,980	-0,248	0,145

Lise	İlkokul	0,146	0,067	0,167	-0,032	0,325
	Ortaokul	0,076	0,065	0,817	-0,099	0,250
	Üniversite	0,024	0,070	1,000	-0,163	0,210
Üniversite	İlkokul	0,122	0,075	0,484	-0,078	0,323
	Ortaokul	0,052	0,074	0,980	-0,145	0,248
	Lise	-0,024	0,070	1,000	-0,210	0,163

5.2.3.3. Eğitim Durumu ile Sosyal Etkisinin Analizi

Turizmin destinasyonlar üzerinde etkili olduğu bir başka konu ise sosyal alana yöneliktir. Bu etkinin destinasyonda bulunan kişilerin eğitim durumu değiştiğinde herhangi bir farklılık gösterip göstermediğini test etmek için de Anova'nın Gabriel testi kullanılmıştır. Hazırlanan tablo incelendiğinde kişilerin eğitim seviyelerine göre turizmin sosyal etkisi ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir farklılık görülmüştür. Bu farklılık da lise düzeyinde eğitim seviyesine sahip olanlar ile ilkökul ve ortaokul düzeyindeki kişiler arasında görülmektedir.

Tablo 8: Eğitim durumu ile sosyal durumun analizi

Dependent Variable		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
					Lower Bound	Upper Bound	
Sosyal Toplam	İlkokul	Ortaokul	-0,057	0,077	0,975	-0,263	0,149
		Lise	-,28040*	0,073	0,001	-0,476	-0,085
		Üniversite	-0,140	0,082	0,436	-0,359	0,080
	Ortaokul	İlkokul	0,057	0,077	0,975	-0,149	0,263
		Lise	-,22333*	0,072	0,013	-0,414	-0,032
		Üniversite	-0,083	0,081	0,887	-0,298	0,133
	Lise	İlkokul	,28040*	0,073	0,001	0,085	0,476
		Ortaokul	,22333*	0,072	0,013	0,032	0,414
		Üniversite	0,141	0,077	0,343	-0,064	0,345
	Üniversite	İlkokul	0,140	0,082	0,436	-0,080	0,359
		Ortaokul	0,083	0,081	0,887	-0,133	0,298
		Lise	-0,141	0,077	0,343	-0,345	0,064

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

5.2.3.4. Eğitim Durumu ile Çevresel Etkisinin Analizi

Turizmin en çok faydalandığı ve en fazla etkili olduğu husus çevresel faktörlerdir. Bu etkinin araştırma kapsamında yer alan kişilerin eğitim durumuna göre farklı değerlendirilip değerlendirmediğini ölçmek için de aşağıdaki Anova test sonuçlarından faydalanılmıştır. Buna göre de kişilerin eğitim durumları farklı olsa da turizmin çevre üzerindeki etkisi ile ilgili düşüncelerinde herhangi bir farklılık görülmemektedir ($p>0,05$).

Tablo 9: Eğitim durumu ile çevresel durumun analizi

Dependent Variable		Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
					Lower Bound	Upper Bound	
Çevresel Toplam	İlkokul	Ortaokul	0,017	0,076	1,000	-0,185	0,219
		Lise	-0,040	0,072	0,994	-0,231	0,152
		Üniversite	-0,022	0,081	1,000	-0,237	0,194
	Ortaokul	İlkokul	-0,017	0,076	1,000	-0,219	0,185
		Lise	-0,057	0,070	0,960	-0,244	0,130
		Üniversite	-0,039	0,079	0,997	-0,250	0,172
	Lise	İlkokul	0,040	0,072	0,994	-0,152	0,231
		Ortaokul	0,057	0,070	0,960	-0,130	0,244
		Üniversite	0,018	0,076	1,000	-0,182	0,219
	Üniversite	İlkokul	0,022	0,081	1,000	-0,194	0,237
		Ortaokul	0,039	0,079	0,997	-0,172	0,250
		Lise	-0,018	0,076	1,000	-0,219	0,182

5.2.4. Yaş Durumuna Göre Farklılık Analizi

Turizm faaliyetinden etkilen kişilerin yaş durumları değiştiğinde turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri ile ilgili düşüncelerini araştırmak içinde gruplar arasında büyük farklılıklar olduğundan Anova-Post Hoc testi kullanılmıştır. Buna göre kişilerin yaşlarına göre turizmin kültürel (0,023) ve sosyal (0,009) etkileri üzerinde ki düşüncelerinde farklılığın olduğu, ekonomik ve çevresel etkileri ile ilgili düşüncelerinde ise herhangi bir farklılık görülmemiştir ($p>0,05$).

Tablo 10: Yaş durumuna göre farklılık analizi

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ekonomik Toplam	Between Groups	,366	5	,073	,673	,645
	Within Groups	14,790	136	,109		
	Total	15,156	141			
Kültürel Toplam	Between Groups	1,108	5	,222	2,702	,023
	Within Groups	11,151	136	,082		
	Total	12,258	141			
Sosyal Toplam	Between Groups	1,692	5	,338	3,225	,009
	Within Groups	14,266	136	,105		
	Total	15,957	141			
Çevresel Toplam	Between Groups	,666	5	,133	1,388	,232
	Within Groups	13,042	136	,096		
	Total	13,708	141			

5.2.5. Gelir Durumuna Göre Farklılık Analizi

Araştırma kapsamında yer alan kişiler farklı gelir durumuna sahiptirler. Bu farklılığın turizmin etkilerinde ne gibi değişiklik oluşturduğunu belirlemek için de Anova-Post Hoc testi kullanılarak

aşağıdaki tablo hazırlanmıştır. Bu tabloya göre kişilerin gelir durumları değişse de turizme bakış açılarında anlamlı bir farklılık görülmemektedir ($p>0,05$).

Tablo 11: Gelir durumuna göre farklılık analiz tablosu

		ANOVA				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ekonomik Toplam	Between Groups	1,082	3	,361	3,461	,018
	Within Groups	13,655	131	,104		
	Total	14,737	134			
Kültürel Toplam	Between Groups	,143	3	,048	,526	,665
	Within Groups	11,861	131	,091		
	Total	12,004	134			
Sosyal Toplam	Between Groups	,815	3	,272	2,428	,068
	Within Groups	14,662	131	,112		
	Total	15,477	134			
Çevresel Toplam	Between Groups	,414	3	,138	1,373	,254
	Within Groups	13,175	131	,101		
	Total	13,590	134			

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Kırsal alanlar, genel olarak tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin yapıldığı alanlar olarak değerlendirilmektedir. Bu özelliğinden dolayı ekonomik ve sosyo-kültürel açıdan gelişmesi oldukça güçtür. Ancak kırsal alanların kendine has yapısı dikkate alındığında pek de yabana atılır bir potansiyellerinin olduğu görülmektedir. Bu potansiyel, turizm faaliyetleri ile daha etkin bir şekilde harekete geçebilir. Kırsal alanlarda turizm faaliyetlerinin artması sadece bir alanı değil birden fazla sektörün gelişmesine de yardımcı olur.

Çavuş kasabası gibi kırsal alanlarda gerçekleşen turizm faaliyetleri, yeni istihdam alanları oluşturur, kırsal bölgedeki tarım, hayvan ve orman ürünlerine yeni pazarlar bulmaya yardımcı olur, yerel ekonomiye çeşitlilik ve canlılık kazandırır. Yerel el ve ev sanatlarını geliştirir, esnaf ve zanaatkar sayısını artırır. Bununla birlikte kırsal alanlardaki kişilerin yaşam standardının yükselmesine katkıda bulunur.

Turizm, kırsal alanları sadece ekonomik alanda değil, sosyal ve kültürel açıdan da gelişmesi için iyi bir alternatiftir. Kırsal alanda gerçekleşen turizm faaliyetleri sanat ve kültürel etkinliklerin artmasına yardımcı olur. Yöre insanının farklı kültürleri tanınmasına ve kendi kültürünü farklı milletlere mensup kişilere tanıtarak daha fazla turizm hareketliliği sağlayabilir. Bununla birlikte yörede bulunan tarihi ve kültürel mirasın korunması ve gelişmesi için bölge insanı daha fazla özen gösterir.

Kırsal bölgelerde turizm faaliyetlerinin artması aynı zamanda kamu hizmetlerinin daha kolay ve hızlı gelmesine yardımcı olur. Turizm faaliyetleri ile birlikte kırsal alandaki yol ve kanalizasyon hizmetlerinin kalitesi artar. Yörenin nüfus yoğunluğunu ve kentleşme oranını artırır. Ayrıca kırsal alandaki insanların boş zamanlarını değerlendirebilecekleri yeni rekreasyonel alanların açılmasına da katkıda bulunur.

Turizm faaliyetlerinin artması, kırsal alandaki insanların çevre bilincini geliştirir. Çevreyi koruma konusunda yöre insanı daha duyarlı olur. Bununla birlikte insanlar birbirlerine daha fazla hoşgörü ile yaklaşır, güven duygusunu geliştirir. Turizmin gelişmesi ile birlikte bölgede barış ve huzur ortamı oluşur.

Kısacası turizm çok yönlü bir faaliyettir. Kırsal alanları sadece tek bir açıdan değil birçok açıdan etkileme gücüne sahiptir. Fazla bir alt yapı gerektirmediği için deniz, güneş, kum ve temiz hava gibi ticari özelliği olmayan ya da atıl durumda olan değerler, turizm sayesinde değerlendirilerek kırsal kalkınma daha kolay gerçekleşebilir.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. ve Çeltik, E. (2006). *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Clarke, J. (1999). Marketing Structures for Farm Tourism: Beyond the Individual Provider of Rural Tourism, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol:7, No:1, ss. 26-47.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), (2006). Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi 2007-2013, Ankara.
- Görün, M. (2004). Kırsal kalkınmada İl Özel İdaresinin Rolü ve İlçe Özel İdaresinin Kurulması Konusunda İl Genel Meclisi Üyeleri Üzerinde Bir Araştırma (İzmir, Konya ve Ağrı Örneği), Dokuz Eylül Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 1, 126-146.
- Hair, F. J., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Holloway, C. J. and Taylor, N. (2006). *The Business of Tourism*, Seventh Edition. Prentice Hall, England.
- Henegan, Maria. (2002). Structures and Processes in Rural Tourism, Signposts to Rural Change, *Rural Development Conference 2002*,
- Kesici, M. (2012). Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü, *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 14 (23), 33-37.
- Kut, E. (2013). Sürdürülebilir Kırsal Kalkınma İçin Kırsal Alan Planlaması Genel Modeli ve KOP Bölgesi Kırsal Kalkınma Önerileri, <http://unikop.org/makale/KS13-3-06.pdf>. (Erişim Tarihi: 28.05.2017)
- Lawson, R.W. ; Williams, J. ; Young, T. ve J Cossens. (1998). A Comparison Of Residents' Attitudes Towards Tourism In 10 New Zealand Destinations, *Tourism Management*, Vol. 19, No. 3, 247-256.
- Soykan, F. (2003). Kırsal Turizm ve Türkiye Turizmi İçin Önemi. *Ege Coğrafya Dergisi*, 12, 1-11.
- Tchetchik, A., A. Fleischer, and I. Finkelshtain. (2006) Rural Tourism: Development, Public Intervention and lessons from the Israeli experience, [online] Discussion Paper No. 12.06. http://departments.agri.huji.ac.il/economics/en/publications/discussion_papers/2006/index.htm (Erişim Tarihi: 11.09.2011)
- Teye, V., Sönmez, S. F., Sarıkaya, E. (2002). Residents' Attitudes Toward Tourism Development, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No. 3, 668-688.
- Tolunay A., Akyol, A. (2006). Kalkınma ve Kırsal Kalkınma: Temel Kavramlar ve Tanımlar, *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, Seri: A, Sayı: 2
- Yu, L. (1999). The International Hospitality Business, *Management and Operation*, The Haworth Pres Inc, London.

KYRGYZSTAN IN THE SYSTEM OF SUSTAINABLE TOURISM

Associate Professor Damira KONOKBAEVA
Bishkek Humanities University
Named after K. Karasaev, Bishkek, Kyrgyzstan
E-mail: damira1011@mail.ru

PhD Candidate Gulmira SAMATOVA
Kyrgyzstan-Turkey- Manas University
gulmira.samatova@manas.edu.kg

Master student Ermek MOLDOSHOVA
Center for Economic Research
and Graduate Education - Economics Institute
E-mail: moldoshova.ermek@gmail.com

Abstract

The article examines the issues of tourism development in the Kyrgyz Republic based on the study of factors and the potential of tourist industry. It emphasizes that tourism is one of the priority sectors of the economy. The authors consider the natural-geographical, natural-climatic and historical-cultural conditions for the development of various types of tourism in Kyrgyz Republic. The main indicators of tourism development in Kyrgyzstan over the past 7 years are analyzed. Moreover, authors highlighted the main problems that need to be solved in the tourism sphere: the state of the tourism infrastructure, the difficulties with obtaining visas, service problems, security issues, and problems with professionalism of tourism workers. Low value of individual indicators is considered as an opportunity to uncover the possible prospects of this industry. In general, the article focuses on the development of sustainable tourism, based on the preservation of the environment and improving the level and quality of life of the population in Kyrgyz Republic.

Key words: Tourism Factors, Tourism Potential, Tourism Indicators, Sustainable Tourism.

INTRODUCTION

In all strategic programs of the Kyrgyz Republic since the country gained its independence, tourism is recognized as one of the priority sectors of the economy.

There is every reason for that. The tourist potential of Kyrgyzstan is determined by several factors:

- natural and geographical conditions;
- climatic conditions;
- historical and cultural wealth.

All these factors contribute to the development of different types of tourism in the Kyrgyz Republic. In total on the territory of Kyrgyz Republic 80 tourist zones are allocated.

Favorable geographical position in the heart of Central Asia and the center of Great Silk Road make Kyrgyzstan the connecting link between West and East. First and foremost, brand of Kyrgyzstan is an interesting mountainous country, that occupies a significant part of the Tien-Shan and Pamir-Alai (of 199,9 thousand square kilometers, more than 90% is mountainous). Such well-known highest peaks of the world, as Victory peak (7439 m), Lenin peak (7134 m) and Khan-Tengri peak (7110 m) are located in Kyrgyzstan. On the territory of the republic, there are more than 80 powerful mountain ranges. The Kyrgyz mountains allow tourists to get on the way up to various climatic zones: from the desert heat through the coolness of coniferous-juniper forests and alpine meadows to the Arctic colds. These are excellent conditions for the development of trekking, mountain, mountain skiing, alpinism tourism. Kyrgyzstan is also attractive with its water resources. About 6,600 of the glaciers of Kyrgyzstan originated over 2000 cold, rough and rapid rivers with clean water. The country is rich in large and small lakes of different origin. These lakes occupy 3.4% of the territory of the republic. The most beautiful high-altitude non-freezing lake is Issyk-Kul ("warm lake"). The most amazing lake is Lake Merzbacher, which is located at a height of 3300 meters at the confluence of the glaciers. The mystery

of the lake lies in the fact that once a year the lake is completely emptied, dropping its waters. In addition, Kyrgyzstan has its own "dead sea" with a large concentration of mineral salts located in the southeast of Issyk-Kul. These are the factors of the development in such areas of tourism as rafting, fishing, adventure tourism, educational tourism, health tourism. In all regions of the country, there are thermal and mineral springs with medicinal properties. Near these springs many resorts, hospital and spas are located (Ak-Suu, Issyk-Ata, Dzhety-Oguz, Jalal-Abad, Cholpon-Ata and many others). These are natural conditions for the development of natural and recreational tourism. Kyrgyzstan is an amazing country with diverse natural landscapes and the richest flora and fauna. In the republic, there are territories of deserts and forests, plains and highlands, steppes and meadows. At the same time, many of them are in hard-to-reach places, that allows preserve biodiversity, create biosphere territories. This provides opportunities for the development of ecological tourism.

The historical and cultural richness of Kyrgyzstan occupies a special place in the development of tourism. More than 5000 historical and cultural sites are located on the territory of Kyrgyzstan and all of them on a global scale are significant. On the roads of the Great Silk Road important monuments are the caravan saray "Tash-Rabat" for travelers-merchants, the archaeological museum "Sulaiman-Too", the architectural complex "Uzgen", the tower "Burana", the mausoleum "Shah-Fazil", the Kumbuz of Manas, the petroglyphs of the "Saimaluu-Tash" tract are located on the territory of Kyrgyzstan. The cave parking of the primitive man, inscriptions on the stones, rock carvings, and medieval fortresses are interesting to tourists-travelers. This is the basis for the development of cultural and educational tourism.

Kyrgyz culture has nomad roots and is based on the preservation of elements of nomadic life and historical oratory art, transmitting the great epic "Manas". Epic "Manas" is 200 000 lines that reflecting the life and history of Kyrgyz people. This attracts tourists who want to gain new knowledge about the history and culture of the nomad people.

Tourists are also have a great interest to indispensable dwelling of the nomadic Kyrgyz – yurt. Just as the yurt once provoked interest of Russian traveler, N.M. Przhevalsky, who described the yurt: "Yurt is an irreplaceable dwelling. It can be quickly disassembled and moved to another place, while at the same time it serves a sufficient protection from cold, heat and bad weather. Indeed, in the yurt, at the time when the fire burns, it is quite warm, even in the strongest frost ... in summer the felt shell of such dwelling perfectly protects from heat and rain, even the most pouring."

The pride of the Kyrgyz people are the national dishes and drinks that are very popular among tourists from other countries. A special place among the tourist products is "kumys" - a drink made from mare's milk. There is a new direction of tourism – kumysotherapy.

Modern tourism in Kyrgyzstan is an important sector of the economy, even though it is only 4.7 per cent of GDP of the republic. For the years 2006-2016 the share of tourism activities in GDP increased from 3.5 to 4.7% (average 0.6% every five years). But this only confirms the necessity to fulfill the potential of the industry.

FINDINGS

The tourism industry can influence the development of the economy as a whole, can contribute to the creation of new jobs and solve the problem with unemployment. The investment in fixed assets in the tourism industry since 2010 to 2016 increased from 6951.7 million soms to 17452.6 million soms or 2.5 times¹³

¹³ *Tourism in Kyrgyzstan, 2010-2014, p. 24. Tourism in Kyrgyzstan 2012-2016. p.20.*

Table 1. Main indicators of tourism development in the Kyrgyz Republic in 2010-2016¹⁴

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Gross output in the field of tourism, million soms	20700,0	31465,8	33280,5	39387,7	40106,8	49204,5	51856,8
The share of tourism in GDP, in %	3,7	4,5	4,6	4,6	4,3	4,7	4,7
Investments in fixed assets in tourism, million soms	6951,7	10004,2	8040,0	8771,7	10635,3	13812,0	17452,6
Export of tourist services, million US dollars	147,8	347,1	410,8	513,9	408,1	410,1	415,6
Import of tourist services, million US dollars	136,9	233,4	333,4	338,6	377,4	394,3	437,0
Turnover of retail trade in tourism, million soms	5443,5	10645,2	12145,0	14002,5	16663,4	18625,9	20122,1

In 2016 in the tourism sector were attracted 3.4 million US dollars of foreign direct investment (excluding outflows). The main volume of foreign direct investment came from the United States - 65.5% of total attracted investments, and the Russian Federation - 19.1%.

Export of tourist services in Kyrgyzstan for the years 2010-2016 has increased in 2,8 times, i.e. there was an import of money by foreign tourists to the territory of the Kyrgyz Republic (income from foreign citizens). Import of tourist services in Kyrgyzstan for the years 2010-2016 increased 3.2 times, which means the export of money from the country by our tourists. These data indicate the dynamic development of the tourism industry in Kyrgyzstan.

Over the years, the turnover of retail trade in the tourism sector has almost quadrupled.

¹⁴ *Tourism in Kyrgyzstan, 2010-2014, p. 24-25. Tourism in Kyrgyzstan 2012-2016. p.20-21.*

Table 2. Registered entities in the tourism sector in the Kyrgyz Republic in 2010-2016¹⁵

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total	6955	7359	8085	8868	9524	10306	11012
Hotels	611	684	782	881	966	1075	1137
Enterprises of tourism and recreation facilities	642	670	718	800	843	877	918
Restaurants	2909	3126	3552	3958	4306	4744	5112
Travel agencies	2697	2785	2926	3121	3300	3502	3732
Sanatoriums and resorts	86	84	88	89	90	89	94
Natural parks and reserves	10	10	19	19	19	19	19

According to Table 2, there is an increase of more than 1.5 times in the number of registered economic entities in the tourism sector in the years 2010-2016. This is also a factor of the development of tourism in Kyrgyzstan.

The attractiveness of Kyrgyzstan as a tourist region on a global scale can be seen in the structure of export and import of tourist services in the context of the CIS (Commonwealth of Independent States) and outside the CIS. Most tourists come to Kyrgyzstan from the CIS countries - 87.3% in 2016. For the analyzed period from 2010 to 2016, the number of tourists to Kyrgyzstan from the CIS countries increased by 12%. And the number of tourists from non-CIS countries decreased by 12%. From Kyrgyzstan 73% of tourists travel to CIS countries. Accordingly, 27% of tourism imports come from countries outside the CIS (see table 3).

Table 3. Export and import of tourist services in the Kyrgyz Republic in 2010-2016 (mln. US dollars)¹⁶

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Export	147,8	347,1	410,8	513,9	408,1	410,1	415,6

¹⁵ *Tourism in Kyrgyzstan, 2010-2014, p. 26. Tourism in Kyrgyzstan 2012-2016. p.22.*

¹⁶ *Tourism in Kyrgyzstan, 2010-2014, p. 26. Tourism in Kyrgyzstan 2012-2016. p.22.*

including:							
- CIS countries	111,5	295,9	360,3	449,4	351,3	353,7	362,9
- non-CIS countries	36,3	51,2	50,5	64,5	56,8	56,4	52,7
Import	136,9	233,4	333,4	338,6	377,4	394,3	437,0
including:							
- CIS countries	95,0	169,0	226,1	233,4	283,1	304,8	319,1
- non-CIS countries	41,9	64,6	107,3	105,2	94,2	89,5	117,9

Understanding that the tourism industry of the country needs to make a socially significant contribution to the economy of the Kyrgyz Republic has generated a number of government programs to support tourism. Among them:

- The state program of tourism development in the Kyrgyz Republic until 2005;
- The state Program of the Kyrgyz Republic "Development of tourism in rural areas until 2010";
- The concept of tourism industry development in the Kyrgyz Republic until 2010;
- The program of activities for the development of tourism in the Kyrgyz Republic until 2010;
- The strategy of tourism development in the Kyrgyz Republic for the period up to 2015. (developed by the Ministry of Culture and Tourism);
- The program of the Government of the Kyrgyz Republic on development of tourism until 2020

The development of the tourist attractiveness of Kyrgyzstan was facilitated by the conducted in September 2014 – First, and in September 2016 - Second World Nomad Games in Cholpon-Ata. At the opening of the Second World Nomad Games, the performance of 1000 komuzists, who together played one melody, was included in the Guinness Book of Records. These events can be attributed to the event tourism, which advertises Kyrgyzstan to world community as an interesting tourist region.

The General Assembly of the United Nations declared 2017 as the International Year of Sustainable Tourism for Development and included tourism in the list of 17 sustainable development goals to 2030. Therefore, based on the concept of sustainable development, tourism should contribute to the quality of people's lives, help meet the needs of present generations without compromising the ability to meet the needs of future generations.

The principles of sustainable tourism development involve environmental protection, environmental management, preservation of cultural heritage, stimulating economic development and enhancing the welfare of society.

The concept of responsible tourism for a sustainable future has become actual nowadays. And responsibility means that it is necessary to respect the culture of local communities, to protect the environment, to perceive positively and respectfully the diversity of the world. From the economic prospective, sustainable tourism contributes to the creation of new jobs, income increase of the people employed in the tourism sector. From the psychological point of view, sustainable tourism contributes to the knowledge of the world, appearance of new experiences, and connection of people from different regions in the world. Thus, sustainable tourism is consistent with the goals of sustainable development and, ultimately, contributes to ensure the quality of life of people. Quality of life refers to the satisfaction of the population with their lives. This is satisfaction with the quality of education and professional culture, the quality of a healthy lifestyle and the environment, the quality of the socio-economic and political structure of society.

Sustainable tourism can be seen as an indicator of the quality of life of the population. Because sustainable tourism contributes to the economic development, increases income of the population, improves health of the people, enhances the cognitive level, promotes intellectual and spiritual development of the individual.

For Kyrgyzstan it is actual to develop sustainable tourism. It is necessary to solve a number of problems in the sphere of tourism development. First of all, there is a need in improvement of the tourist infrastructure, which does not correspond to the needs of modern tourism. Among the serious problems is a complicated procedure of obtaining entry visas and airport services. An important concern is the problem of providing security for foreign tourists. There are many problems with staffing, the level of professionalism of workers in the sphere of tourism. There is also a place for environmental problems: contamination of tourist areas by household waste and non-compliance of environmental regulations. A qualitative and competent solution to the above problems will allow to strategically create an image of Kyrgyzstan as a country of tourism.

According to the forecasts of the World Tourism Organization, by 2030 the number of tourists will reach 1.8 billion people. This is a huge scale process. Therefore, the process should be properly managed in order to minimize negative consequences and maximize the positive consequences. And, it is hoped that Kyrgyzstan by 2030 will take its worthy place in a large-scale sustainable tourism.

Bibliography

- Abdraeva, A. (2016, March 31). Tourism in Kyrgyzstan: a Function of "hospitality" is activated. *K-news*. Retrieved from <http://knews.kg/2016/03/turizm-v-kr-funktsiya-gostepriimstvo-aktivirovana/>
- Almakynova, S. (2016, July 3). Tourism in Kyrgyzstan: when we will move from words to deeds? *K-news*. Retrieved from <http://knews.kg/2016/07/turizm-v-kyrgyzstane-kogda-perejdem-ot-slov-k-delu/>
- Belyaeva, L. (2009). The level and quality of life: problems of measurement and interpretation. *Sociological researches*, (1), 65-78.
- Materials of the round table (2017, February 21). *Tourism development in Kyrgyzstan*. Available aircraft. Bishkek.
- National statistical committee of Kyrgyz Republic, (2016). *Tourism statistics, December 2017*. Retrieved from <http://stat.kg/ru/statistics/turizm/>
- Resolution of the KR Government. (2016, April 11). *Program of the Government of the Kyrgyz Republic on tourism development until 2020*. Bishkek.
- Rudenko, T. (2009, January). *Features of development of tourism in the Kyrgyz Republic*. Paper presented at the international scientific-practical conference, Simferopol.

KIRGIZİSTAN SAĞLIK TURİZMİ KAPSAMINDA AT SÜTÜ TEDAVİSİNE ALTERNATİF EŞEK SÜTÜNÜN KULLANIMI VE ÖNEMİ

Öğr. Gör. Nadira TURGANBAYEVA
Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi,
Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu
nadira.turbanbaeva@manas.edu.kg

Araş. Gör. İbrahim GÜNDOĞDU
Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi,
Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu
ibrahim.g@windowslive.com

Özet

At sütü (kıımız) Kırgız halkı arasında yaygın olarak tedavi amacıyla kullanılmaktadır. At sütü (kıımız) aynı zamanda Kırgızistan'da sağlık turizminin önemli kaynakları arasında yer almaktadır. Her yıl başta yerli turistler olmak üzere çok sayıda insan at sütü tedavisi için Kırgızistan'a seyahat etmektedir. Kırgızistan ekonomisine önemli katkı sağlayan termal turizm ve at sütüne (kıımız) alternatif bir sağlık turizmi kaynağı olarak "Eşek sütü" de değerlendirilebilir. Bu çalışmada sağlık turizmi kaynağı olarak eşek sütünün önemi ve kullanım olanakları araştırılmıştır. Dünyada eşek sütü ile ilgili yapılan çalışmalarda eşek sütünün; protein, laktöz, doymamış yağ asitleri, kolesterol içeriğinin düşük olması, serum proteinlerinin yüksek olması, vb. özellikleri açısından anne sütüne ve serum proteinleri, lizozim, laktoferrin ile de kısrak (at) sütüne benzer özellikler taşıdığı ortaya çıkarılmıştır. Bu nitelikleri ile eşek sütü sindirim sistemi rahatsızlıklarında, tümör tedavisinde, astım hastalıkları tedavisinde kullanılabilirliği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Turizmi, Eşek Sütü, Alternatif Sağlık Turizmi, Kıımız, Kırgızistan'da Turizm.

DONKEY MILK IS ALTERNATIVE TO MARE'S MILK IN THE KYRGYZ HEALTH TOURISM

Abstract

Mare's milk (kıımız) is widely used for the treatment of Kyrgyz people. Mare's milk (kıımız) is also one of the important sources of health tourism in Kyrgyzstan. Many people, especially domestic tourists, travel to Kyrgyzstan every year for mare milk treatment. "Donkey milk" can be evaluated as an alternative health tourism resource for thermal tourism and horseshoe (kıımız), which make a significant contribution to the economy of Kyrgyzstan. In this study, the importance of using donkey as a health tourism resource and the possibilities of using it were searched. In the studies about donkey milk in the world; protein, lactose, unsaturated fatty acids, low cholesterol content, high serum proteins, etc. in terms of their characteristics, were found to have similar properties to mothers and mothers, serum proteins, lysozyme, and lactoferrin. It is thought that these qualities can be used in the diseases of donkey milk digestive system, tumor treatment, asthma diseases.

Keywords: Health Tourism, Donkey Sütü, Alternative Health Tourism, Kıımız, Tourism in Kyrgyzstan.

1. GİRİŞ

Kırgızistan'da hayvan çiftliğinde at yetiştirme özel bir yere sahiptir. Bugüne kadar at sayısı 467249 olarak kaydedilmiş ve bu sayı son yılda % 3,9 artmıştır. Kırgızistan'da at sütünün tedavi amacıyla kullanımı yaygın olmasına ve süt üreten at sayısının sürekli artmasına rağmen tedavi amacıyla üretilen sütü işlemek için tesis sayısında yeterli artış mümkün olmamıştır.

Kısrak sütünün tüketimi ülkenin doğal güzellikleri ve temiz havasıyla bilinen dağların çevresinde, tedavi merkezlerinde ilk bahardan sonbaharın başlangıcına kadar yerli ve yabancı turistler tarafından ilgi görmektedir. Bunun yanında kısrak sütüne ve anne sütüne içerik olarak en yakın olan eşek sütü Kırgızistan'da ilgi çekmeye başlamıştır. Kırgızistan'da ne kadar eşek sütü Müslümanlar için haram

olarak kabul edilse de kanser hastalığının tedavisinde çok olumlu sonuçları nedeniyle eşek sütüne ilgi her yıl artmaktadır. Bu nedenle son yıllarda at yetiştiriciler ve kırmızı üreten tesisler eşekleri de yetiştirmeye başlamışlardır. Eşek sütüne ilginin artmasına rağmen gün geçtikçe eşeklerin sayılarının azalması ilgi uyandırmaktadır. 2016 yılında eşek sayısı 43040 kadar iken 2016 yılı itibarıyla % 19,5 düşmüştür. (stat.kg, 2017).

Eşeklerin (*Equus asinus*) tarihe ilk çıkış yerleri Afrika ve Asya kıtaları olduğu bilinmektedir ve 4000 yıl önce evcilleştirilmiş olan hayvandan daha ziyade çeki gücünden yararlanmak amacıyla faydalanılmıştır. Eşek her koşula uyum sağlayan ve zor jeolojik koşullarda da türünü devam ettirebilen bir hayvan olarak bilinir. Dünyadaki toplam eşek varlığının yarısına yakını, yani 7 milyon eşek Etiyopya'da bulunmaktadır (Gazete Vatan, 2016).

Eşek sütünün tıbbi etkisinin kanıtlanmasıyla birlikte İtalya ve başka Avrupa ülkelerinde eşek çiftlikleri genişletilmekte ve 'onotherapy' prosedürleri çok yaygınlaşmaktadır. Onotherapy - onos- Yunanistan dilinde eşek, therapy- tedavi, insanların hayvanlarla iletişim yoluyla terapisi diye tanımlanır (Karatosidi, 2013). Kıbrıs'ta eşek çiftliği örneğinin «Dipotamos», «Arrivo» v.b gibi ilgi çekici çiftlikler bulunmaktadır. Gelen turistler, yerel flora ve fauna ile tanışır, eşeklere biner, müzeyi ziyaret eder, eşek sütü, peyniri ve diğer Yunan ürünlerini satın almak için fırsat bulurlar. Türkiye'de Antalya'nın ardından Ankara ve Konya'da da eşek sütü astım, kronik bronşit, kanser, siroz, ateş, balgam sökme, kemik erimesi gibi birçok hastalığın tedavisi amaçlı eşek çiftlikleri kurulmuştur (Laleli, 2016).

Bu çalışmada Kırgızistan'da at sütüyle kırmızı tedavisine bir alternatif olarak eşek sütünün kullanımına ve önemine dikkat çekmek amaçlanmıştır.

2. SAĞLIK TURİZMİNE GENEL BAKIŞ

Hızla gelişen dünyada her geçen gün insanların refah seviyeleri yükselmektedir. Bu sayede boş zaman kavramı ortaya çıkmış olup turizm bir ihtiyaç haline gelmeye başlamıştır. Uluslararası turizm girişleri ve turizm gelirleri de bu bağlamda artış eğilimi göstermiştir. 2. Dünya Savaşı'ndan bu yana turizme ayrılan kaynakların artırılmasının yanı sıra, ülke halkları arasındaki yakınlaşmanın da önemli etkisi vardır. Bununla birlikte turizm döviz kazandırıcı yönü ile gelişmekte olan ülkeler için ümit ışığı haline gelmiştir (Yirik, 2014). Dünyanın en büyük endüstrilerinden biri olan turizmde tüm ülkeler daha fazla pazar payına sahip olabilmek için farklı tanıtım kampanyaları yürütmektedir. Tanıtım kampanyalarının etkileri, kişileri veya grupları belirli bir yeri ziyaret etmek üzere harekete geçiren faktörler arasında önemli rol oynamaktadır.

Günümüzde alternatif bir turizm çeşidi olarak ortaya çıkan sağlık turizminde insanlar kaybettikleri sağlıklarını geri kazanmak ya da var olan sağlık durumunu korumak amacıyla başka ülkeleri tercih etmekte ve bunlara ek olarak gittikleri yerde tatillerini de yapmaktadır. Bugün sağlık turizmi iki temel alana: kendini iyi hissettirme ve sağlıklı olmaya odaklanmıştır. Kendini iyi hissettirme masaj, doğal ve bitkisel maskeler ve cilt bakımı gibi insanlara kendilerini iyi hissettirecek ürün ve hizmetler sunumunu içerirken, sağlıklı olmak bazı sorunları önleyerek hem fiziksel hem de zihinsel anlamda bireylerin sağlıklarını korumalarına, kavuşmalarına yardım eden etkinlikleri içermektedir (Kozak ve diğerleri, 2012; 190-193).

Turizm olgusu ile ilgili olarak yapılan çok sayıda tanımda, bir seyahatin turizm olarak nitelendirilebilmesi için turistin devamlı biçimde ikamet ettiği yerden geçici bir süre ayrılması, gittiği yerdeki turizm işletmelerinin ürün ve hizmetlerini talep ederek ekonomik bir katkı sağlaması ve gidilen yerdeki insanların ilişkilerinin oluşturduğu 'olaylar' öne çıkmaktadır (Erdem, Gülcan, & Chykynov, 2015). Sağlık turizmi ise Dünya Sağlık Örgütü'ne (2013) göre; "kaplıca veya diğer sağlık merkezlerine seyahat eden kişinin fiziksel iyilik halini geliştirmek amacıyla yapılan ziyaretlerdir". Türkiye Sağlık Turizmi Derneği'nin tanımına göre sağlık turizmi: Sağlığına kavuşmak için ikamet ettiği ülkeden başka bir ülkeye herhangi bir sebeple tedavi amaçla gidilmesidir.

2.1. Sağlık Turizminin Tarihi

Sağlık ve turizm ilişkisi pozitif ve negatif yönleri ile ortaya çıkmaktadır. Pozitif yönü ile bu ilişki turistlerin sağlık amaçlı seyahat etmeleri ve tedavileri ile ilgilidir. Negatif yönü ise turist sağlığı bakımından ortaya çıkan ilişkilerdir ki, bu durum turizme çok önemli zararlar verebilmektedir. Buna verilebilecek en iyi örnek ise 2002 yılında uzak doğu ülkelerinde yaşanan SARS hastalığı vakasıdır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) tahminlerine göre bu hastalık Çin, Hong Kong, Vietnam, ve Singapur gibi ülkelerde 20 milyar dolarlık gelir kaybına ve 3 milyon endüstri çalışanın işsiz kalmasına neden olmuştur (İçöz, 2009). Geçmişten günümüze insanlar sağlıklarını kayb ettikleri zaman çare bulabilmek için farklı arayışlara girmektedir. Bu arayışların başında da yaşadıkları yerlerden başka yerlere tedavi olabilmek amacıyla seyahat etmeleri gelmektedir. Türsab Sağlık Turizmi Raporuna (2013) göre Sağlık turizmi Antik Yunan'dan bu yana bilinen bir destinasyon olarak bahsedilmiştir. Yunan hastaların o dönem yollara dökülerek Epidauria adlı kasabaya akın ettikleri bilinmektedir. Bu kasabanın adı sağlık tanrısı Asklepios'un yaşadığı yer olarak da geçmektedir. İlerleyen yüzyıllarda da şifa arayan hastalar SPA ya da sanatoryumların bulunduğu yerlere seyahat etmişlerdir(Türsab Sağlık Turizmi Raporu, 2013). Başka kaynaklarda ise sağlık turizminin antik uygarlıklara dayandığından bahsedilmektedir. Bu uygarlıklar arasında Sümerlerin sıcak kaynakların etrafında bilinen en eski sağlık tesislerini inşa ettiği ve bu tesislerin su akan havuzlar içeren çok büyük tapınaklar olduğu belirtilmektedir (Dünya'da ve Türkiye'de Sağlık Turizmi,2010). Rönesans ile birlikte de Avrupa ve İngiltere'de sadece sanat ve kültürün yeniden doğuşu gerçekleşmemiş, aynı zamanda sağlık turizmi de ortaya çıkmıştır. Örneğin 1326 yılında keşfedilen Sular Kasabası demir zengini sıcak su kaynaklarına sahip olduğu için Avrupa'da kısa sürede ün kazanmış ve I. Petro ve Victor Hugo gibi kişiler burayı ziyaret etmiştir. Yine 16. yüzyılda zengin Avrupa'lılar tarafından St. Mortiz, Ville d' Eaux, Baden Baden, Aachen ve İngiltere'deki Bath gibi SPA'lar içeren turistik kasabalar keşfedilmiştir. Örneğin daha sonra Bath şehrinde sağlık turizmi nedeniyle yollar kaldırımlarla döşenmiş, sokaklar ışıklandırılmış ve oteller ile restoranlar güzelleştirilmiştir (Zengingönül vd., 2012:7).

17. yüzyılda Yeni Dünya'nın keşfi ile birlikte İngiliz ve Hollandalı kolonistler Amerika yerlilerinin iyileştirme konusunda iyi olduklarını görmüşler ve mineral su kaynaklarına yakın ahşap kabinler yapmışlardır. Çünkü bu bölgede yaşayan bireylerin bitkisel tıp konusundaki bilgilerinin Avrupa, Asya ve Afrika'dakilerle kıyaslanacak kadar iyi olduğu görülmüştür. Bu da Avrupa'daki sağlık yolcuları için yeni duraklar yaratmıştır. İnsanlar verem gibi hastalıklarına çare bulabilmek amacıyla 18. ve 19. yüzyıllarda buralara gitmeye devam etmişlerdir.

Bugün dünyada en çok gidilen sağlık turizmi destinasyonları arasında Türkiye, Güney Kore, Hindistan, Meksika, Tayland, İsrail, Malezya, Singapur gibi ülkeler geliyor. Sağlık turizmi çalışmalarını tıp turizmi, termal turizm, yaşlı ve engelli turizmi olarak geniş kapsamlı olarak yürütülüyor .

2.2. Sağlık Turizmi Türleri

Ruhsal ve bedensel rahatsızlıkları bulunan bireylerin evlerinden ayrılıp değişik bölgelerde tedavi görme istekleri sağlık turizm türlerinin doğmasını sağlamıştır. Sağlık turizmi faydalanma şekillerine göre alt gruplara ayrılmaktadır. En bilinen türü ise medikal turizmdir. Medikal turizme ek olarak kaplıcalar yani termal turizm, yaşlı ve engelli rehabilitasyon merkezleri ve sağlık alanında hizmet veren cerrahi merkezler de sağlık turizminin alt dalları olarak incelenmektedir (Çevirgen, 2014).

2.2.1. Medikal Turizm

Medikal turizm genel olarak cerrahi veya özel uzmanlık gerektiren diğer tıbbi müdahaleleri içeren uygulamalara ihtiyaç gösteren hastalara "maliyet etkili" özel tıbbi bakım verilmesi maksadıyla turizm endüstrisi ile işbirliği yapılmasıdır. Bu süreçte hem turizm hem de sağlık sektörü rol almaktadır. Tıp endüstrisinin ilerlemesi ile ortaya çıkan, deniz aşırı ülkelerde tatil yapmayı ve tıbbi tedavi almayı bir arada ele alan bir yaklaşımdır (Özsarı ve Karatana, 2013) ^[1] _[5]

2.2.2. Termal Turizm

Su, dünya üzerinde kullanılan en eski tedavi ve rahatlama aracı olarak görülmektedir. Kaplıca suyunun geleneksel olarak temel özelliği yeraltı kaynaklı doğal su olmasıdır. Doğal yüksek mineral içeriği (1g/L üzerinde) ve doğal yüksek sıcaklığı (20 derecenin üzerinde) ile dikkat çeker. Günümüzde bu niteliklerde yararlı etkileri, belirli hastalıklarda tedavi edici etkileri yani genel anlamdaki etkinliği kanıtlanmış olmalıdır. Kaplıcalarda, kaplıca suyu ile yapılan uygulamalar banyo, içme ve inhalasyon (soluma) şeklindedir. En sık ve yaygın kullanılan yöntem banyolardır. Günümüzde kaplıcalara özgü bu uygulamalar; masaj, egzersiz, diyet, hamam, sauna vb. değişik doğal yöntemlerle kombine edilmektedir (Yalçın, 2013). Sağlıklı yaşamı devam ettirmek amacıyla, insanların ve toplumun sağlığını korumaya ve iyileştirmeye yöneliktir. Romatizma, dolaşım-solunum yolları vb. hastalıkları tedavi etmek, stres ve bedensel yorgunlukları ortadan kaldırmak ve fiziksel bakım özellikleriyle sağlık turizminin en önemli parçalarından biridir (Sandıkçı, 2008).

2.2.3. Spa- Wellness

Spa; suyun sıcak, soğuk ve farklı biçimlerdeki akıtma, damlama, duşlama, püskürtme gibi uygulamaları ile kazanılan dinlenme ve ferahlama duygularının edinildiği bütüncü terapi anlamına gelmektedir. Wellness kelimesi ise “Well Being ve fitness” kelimelerinin birleşiminden türemiş olup; akıl, vücut, ruh ve ilişkilerde iyi ve zinde olmayı ifade etmektedir (Erdem, Gülcan, Chykynnov, 2015). SPA – Wellness sektöründeki müşterilerin yoğun ilgisi ve hızlı gelişim, bu sektörde yeni arayışları da beraberinde getirmiştir. Klasik Fin saunalarında uygulanan renk ve ışık terapileri, vücudun fiziksel ve ruhsal sağlığı için buhar odalarında uygulanan ve toksin atmaya yardımcı olan aroma terapi seansları, masaj sonrası ısıtılmış koltuklarda vücudu dinlendirme gibi güzellik ve rahatlama amaçlı yapılan uygulamalar SPA merkezlerindeki en çok tercih edilen yöntemlerdir (Türkiye Sağlık Turizmi Rehberi, 2009: 76).

2.3. Kırgızistan’da Sağlık Turizmi

Her destinasyonda olduğu gibi Kırgızistan’da da turizm işletmeleri dendiğinde oteller, yiyecek – içecek işletmeleri, seyahat acenteleri ve rekreasyon işletmeleri akla gelmektedir.

Tablo 1: Kırgızistan’da Faaliyet Gösteren Kayıtlı Turizm İşletmeleri

İşletme Türü	Bölgeler									Toplam
	Batken	Calal Abad	Isık Göl	Narın	Oş	Talas	Çüy	Bişkek Şehri	Oş Şehri	
Oteller	5	10	26	4	3	1	3	94	11	157
Turizm İşletmeleri ve Dinlenme Tesisleri	4	27	119	10	5	1	10	38	10	224
Restoranlar	1	13	9	4	0	1	19	355	9	411
Seyahat Acenteleri	12	59	204	54	22	10	92	1669	152	2274
Sanatoryum ve Kurortlar	4	9	18	1	5	3	13	14	6	73
Doğa Koruma Alanları ve Milli Parklar	2	4	3	3	3	2	2	-	-	19

Kaynak: Kırgız Cumhuriyeti Milli İstatistik Komitesi Turizm Verileri, 2016.

Tablo 1’de görüldüğü gibi Kırgızistan’da turizm sektörünü domine eden alan seyahat acenteleridir. 2015 yılı itibariyle toplam seyahat acentesi sayısı 2274’tür. Bunu restoranlar, turizm işletmeleri ve dinlenme tesisleri izlemektedir. Öte yandan konaklama tesisi niteliği taşımakla birlikte Sanatoryum ve Kurort adı verilen tesislerin Kırgızistan Milli İstatistik Komitesi tarafından otel sayıları içinde değerlendirilmediği dikkati çekmektedir. Sanatoryumlar, tedavi edici ve önleyici tıp hizmetlerini veren işletmelerdir. Sanatoryumların diğer tıp işletmelerinden farkı, bu tür işletmelerde insanların tatil de yapabilmesi ve önleyici tıp hizmetlerinin doğal kaynaklara dayalı olmasıdır. Kurortlar, hastaların veya dinlenmek ve eğlenmek amacıyla seyahat eden kişilerin gittiği şifalı yerlerdir. Kurort türü tesislerin diğer rekreasyon işletmelerinden farkı, doğal kaynakların tedavi amaçlı kullanılması ve bu yönüyle de tesislerin gerekli fiziki alt yapıya sahip olmasıdır. Böylece kurort tesislerde, çeşitli rahatsızlıklarına

çözüm arayan turistlere tıbbi yardım hizmetleri verilebilmektedir. Özetle sanatoryum ile kurort türü işletmelerin birbirinden farklılığı kuruluş yerlerinden kaynaklanmaktadır. Bir tesisin kurort olarak nitelendirilebilmesi için şifalı bir alanda kurulması gerekirken, sanatoryumlarda böyle bir zorunluluk bulunmamaktadır (Erdem, Margaziyeva, Asanova, Gündoğdu, 2016).

Kırgızistan'daki bu sanatoryum ve kurortlarda kımız tedavisi çok yaygınlaşmıştır. Kımız Kırgızistan'ın ulusal içeceği ve sağlığa yararlı olduğu bir çok çalışmada ispatlanmıştır (Tegin, Gönülalan, 2014; Kırdar, 2017). Kırgızistan'a komşu ülkelerden yüzlerce turist kımız tedavisi almak amacıyla gelmektedir. Bu sayede ülke ekonomisine katkı sağlanmaktadır. Bunun gibi eşek sütünün de Kırgızistan'da gitgide yaygınlaştığı söylenilebilir.

2.4. Kırgızistan'da Eşek Sütünün Özellikleri Ve Faydası

Fonksiyonel gıdaların büyük bir grubu süt ürünleridir. Süt, fizyolojik ve besinsel açıdan dengeli bir salgi olup, yeni doğan canlıların her tülü ihtiyaçlarına uygun bir besindir. Bu açıdan bakıldığında, sağlıklı annelerin sütü bebekleri için en iyi gıdadır. Ancak, emzirmenin mümkün olmadığı durumlarda veya bebeğin süttten kesildikten sonraki yaşamında yeterli bir alternatif beslenme zorunlu hale gelmektedir (Öztürkoğlu, 2012; Чиркина, 2004). Bu nedenle İranlı bilim adamları, anne sütüne yakın olan sütlerin araştırmak için İranlı bilim adamları, evcil hayvanların birkaç türü olan - deve, eşek, kısırak ve yak sütlerini inceleyerek, eşek ve kısırak sütünün anne sütüne en yakın olduğunu kanıtlamışlardır (Nikkhah, 2011).

Tablo 2: Evcil hayvanların sütlerinin ortalama bileşimi

Süt bileşeni	Deve	Eşek	Kısırak	Yak	Anne	İnek
Yağ, gr	4,5	1,1	1,3	6,5	4,0	4,0
Protein, gr	3,5	1,7	2,1	5,1	1,9	3,4
Laktoz, gr	4,4	6,6	6,4	4,4	6,5	4,8
Mineral madde, gr	0,7	0,4	0,4	0,8	0,2	0,7
Kuru madde, gr	12,8	10,2	10,5	16,9	12,1	13,3
Kolesterol, mg	37	2,2	4,5	22	20	14
Kalsiyum, mg	143	68	89	131	32	120
Fosfor, mg	116	50	56	106	14	93
Doymuş yağ asitleri, gr	2,4	0,4	0,4	3,9	1,8	2,4
Monodoyamış yağ asitleri, gr	1,4	0,2	0,3	2,2	1,6	1,1
Polidoymamış yağ asitleri, gr	0,5	0,4	0,5	0,4	0,5	0,1

Eşek sütünün en önemli savunucularından biri de, tıp biliminin kurucusu Hipokrat'tı. MÖ 460-370 arasında yaşayan Hipokrat; ateş, burun kanaması, enfeksiyon, karaciğer sorunları, ödem, zehirlenme ve yaralanmalara karşı eşek sütü öneriyordu. Araştırmacılar, eşek sütünün tedavi edici özelliğinin, laktoz oranının yüksek olmasından kaynaklandığını belirtiyor. Buna göre eşek sütü, anne sütü kadar besleyici ürün olarak öne çıkmaktadır (Öztürkoğlu, 2012).

Eşek sütü ve kısırak sütü, inek sütünden daha düşük oranda yağ, protein, kolesterol, fakat daha yüksek oranda laktoz içermekte, bu nedenle anne sütüne yakın bir bileşim sergilemektedir (Öztürkoğlu, 2012; Polidori, 2012; Muehlhoff, 2013).

Eşek sütü ve kısırak sütü içerdiği laktoz miktarı ile protein ve süt yağının yapısı bakımından kadın sütüne benzemektedir. Kadın, eşek ve kısırak sütünün diğer önemli bir özelliği de protein fraksiyonlarından kazein ve serum proteini miktarının yaklaşık olarak eşit olmasıdır (Kırdar, 2017). O neden de bu üç süt albumin süt adı alır. Kısırak ve eşek sütünde bulunan yağ globülleri küçük çaplı olduğundan enzimlerin etkisiyle daha kolay sindirilir. İnek sütünün aksine yüksek moleküllü yağ asitlerini (özellikle linoleik, linolenik ve araşidonik) fazla miktarda içeren kısırak sütünün % 44.1 oranında doymuş, % 55.9 oranında ise doymamış yağ asidi içerdiği bildirilmiştir.

Albumin sütlerinde (anne sütü, eşek ve kısrak sütü) 4 ana serum proteinleri bulunmaktadır: α -laktalbumin, β -laktoglobulin, laktoferrin ve lizozim ve inek sütündekinden daha düşük oranda toplam protein bulunmaktadır (Salimei, 2012).

Tablo 3: Eşek, kısrak ve anne sütlerinin protein kompozisyonu

	Kısrak süt	Eşek süt	Anne süt	İnek süt
Kazein, mg/100g	172	120	75	407
hizbi, %				
α_{s1} - kazein	17,9	-	32	41
α_{s2} - kazein	1,4	-	Yok	10,8
β - kazein	78,5	-	85	33
κ - kazein	1,8	-	15-den az	12
Serum proteinler, mg/100g	130	107	97	99
Serum proteinler, %	38,79	36,96	53,52	17,54
Serum proteinlerin bileşeni,%				
α -laktalbumin	28,5	22,6	40,3	19,0
β - laktoglobulin	30,7	29,8	-	50,8
Serum albumin	4,4	6,2	7,7	6,3
lizozim	10,5	21,0	5,5	izler
İmunoglobulin	19,6	11,5	15,5	12,7
laktoferrin	7,0	4,48	26,6	1,6

Albumin sütlerin bileşiminde bulunan lizozim, bakteriyel hücre duvarındaki mikopolisakkarit bağlarının hidrolizini katalize ettiği için, doğal antimikrobiyel bir madde olarak bilinmektedir. Antitümör özelliklerine eşek, kısrak ve anne sütüne kıyasla yüksek miktarda eşek sütünde bulunmaktadır. Tablo 2' gösterildiği gibi bakterisidal, bağışıklık sisteminin güçlendirilmesine, antitümör özelliklerine sahip olan lizozim içeriği, inek sütüne göre 8 kat, anne sütüne 3 kat, kısrak sütüne ise 2 kat fazladır (Öztürkoğlu, 2012; Marletta, 2016; Nazzaro, 2010).

Eşek sütünün yüksek lizozim içeriği, patojenik bakterilerin konsantrasyonunun düşük olduğunu gösterir. Sitokin grubun interlökin-2 (IL-2), interferon (IFN- γ), interlökin-6 (IL-6), tümör nekroz faktörü (TNF- α) ve interlökin-1 β (IL-1 β) ile etkileşime girerken, lizozim Lenfositlerin ve makrofajların aktivasyonu yoluyla tümörlerin çoğalmasını ve tahrip edilmesine yardım eder (Nikkah, 2012; Tarafo, 2007).

Diğer albumin sütlerinden serum proteini laktoferrin (LF), eşek ve kısrak sütünde inek sütüne kıyasla yüksektir. Laktoferrin bakteriyostatik özelliklere sahip bir demir taşıyıcı glikoprotein olarak bilinir (Vincenzetti, Amici, Pucciarelli, ve Vito, 2012). LF'nin immüno-modüle edici, anti-kanserojenik fonksiyonları, sitokinlerin seviyesini değiştirme, tümör büyümesini bastırma kabiliyetinde kendini gösterir. Örneğin, LF farelerdeki kanser tedavisinde tümör büyümesi % 60 azalmış (Борзенкова, Н.В., Балабушевич, Н.И. ve Ларионова, Н.Г., 2010; Polidori, 2010).

Diğer serum proteininin α -laktalbuminin antiviral, antitümör özelliklere sahip olduğunu göstermektedir. Son yıllarda yapılan çalışmalarda, anne sütünde bulunan α -laktalbuminin oleik asitle birleşerek oluşturduğu HAMLET (İnsan Alfa-Laktalbumin Tümör Hücrelerine Ölümcül Yapılan)

kompleksi, çeşitli tümör hücrelerine karşı potansiyel bir terapötik madde olarak teşvik edildi (Angela, Martemucci, 2011).

Yukarıdaki bilgilere ilave olarak Razaakov Kırgız Devlet Teknik Üniversitesi Gıda Mühendisliği Bölümü tarafından eşek sütünün değerleri ile ilgili laboratuvarında ön çalışma yapılmıştır.

Bu araştırmada, Bişkek'e 10 km uzaklıkta bulunan Beş-Kungey köyünde doğal ortamlarında yaşayan eşeklerin sütü kullanılmıştır. Doğru sonuçları elde etmek için analiz 3 kez tekrarlanmıştır. Analize ilişkin sonuçlar tablo 3'teki gibidir.

Tablo 4. Kırgızistan'daki eşek sütünün analizi

	1 kez, %	2 kez,%	3 kez,%	Ortalama,%
Yağ	0,5	0,6	0,5	0,5
Laktoz	6,2	6,2	6,3	6,2
Asitlik	5	5	5	5
pH	7,3	7,4	7,3	7,3
Protein	1,7	1,7	1,7	1,7
Kuru madde	9,383	8,35	9,375	9,004

Tablo 4'teki elde edilen veriler daha önce yapılan araştırmaların sonuçlarına benzemektedir. İncelenmiş eşek sütünün laktoz, yağ ve protein oranları Tablo 2'e ilişkin bilgilere ulaşmıştır. Özellikle, eşek ve kısrak sütünde düşük kazein ve β -laktoglobulin içeriğinin hipoalerjenik süt ürünlerinde kullanımına olanak sağlamaktadır. Eşek sütünün daha verimli sonuçlarına ulaşabilmek için araştırma devam etmektedir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bugüne kadar yapılan araştırmalara göre eşek sütü, anne sütüne ve kısrak sütüne yakın olduğu ispatlanmıştır. Yapısal özellikleri nedeniyle kısrak sütü yerine geçebilecek doğru bir alternatif olabilecektir. Sindirim sistemi rahatsızlıklarında, tümör tedavisinde, astım hastalıklarının tedavisinde kullanılmaktadır. Sütün bileşiminde bulunan bazı aminoasitlerin, serum proteinleri gibi bileşenlerin yaşlanmayı önlemek için kullanılabilecek potansiyel bir kaynak olabileceği düşünülmektedir.

Kurort ve kırmızı tedavi uygulayan tesislerin at sütü ve kırmızı tedaviye alternatif olarak eşek sütünü bulundurarak tedavi amaçlı hastalara sunabilirler.

Bilim adamları üniversitelerle birlikte eşek sütünün incelenmesini ve faydalarının tespit edilerek eşek sütünden elde edilen farklı bir ürünün üretilmesi üzerine çalışmalar yapılabilir.

Eşek sayısının Kırgızistan'da giderek azaldığı görülmektedir. Bu nedenle daha çok eşek sütü üretimi amacıyla devlet tarafından eşeklerin korunmasına yönelik önlemler alınmalıdır. Devletin yasal olarak eşek çiftliklerinin kurulmasına destek vermesi sağlanmalıdır.

Çiftlik sahipleri süt verimi azalan hayvanları eti ve derisini tüketen ülkelerle ticari faaliyetler geliştirebilir. Böylece ülke ekonomisine de önemli katkılar sağlanmış olur.

Eşek sütünün sağlığa yararları ve tedavi amaçlı kullanımı için reklamlar yapılmalı ve bu konuda seminerler verip kamuoyuna tanıtılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Angela, G., Martemucci, G. (2011). Major Whey Proteins In Donkey Milk: Effects Of Season And Lactation Stage. Implications For Potential Dietary Interventions In Human Diseases. *Immunopharmacology And Immunotoxicology*, 33, 259 – 265.
- Bilgili, B. (2013). Bolu Sağlık Turizmi Yatırımcılarını ve Ziyaretçilerini Bekliyor Projesi, Terapatik ve Rekreasyon Modelleme Çalışması Araştırma Raporu, Bolu.
- Erdem, B., Gülcan, B. ve Chykynov, S. (2015). Konaklama İşletmelerinde Spa & Wellness Hizmetlerinde Çalışan İşgörenlerin Profili: Antalya'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma, *Akademik Bakış Dergisi*, 48, 238-257.
- Erdem, B., Margaziyeva, N., Asanova, K. ve Gündoğdu, İ. (2016). Kırgızistan Turizm Arz Ve Talep Analizi, 3. *Uluslararası Orta Asya Turizm Sempozyumu*, Bişkek.
- İçöz, O. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm Ve Türkiye'nin Olanakları, *Journal Of Yaşar University*, 4(14), 2257-2279.
- Karatosidi, D. (2013). Modern Use Of Donkeys, *Iranian J. of Applied Animal Science*, 1(3), 13-17.
- Kozak, N., Kozak, M. (2014). Genel Turizm, İlkeler, Kavramlar, Detay Yayıncılık, 16 Baskı.
- Marletta, D., Flavio, T. ve Bordonaro, S. (2016). Donkey Milk Proteins: Digestibility And Nutritional Significance. World's Largest Science, *Teknology And Medicine Open Access Book Publisher*, Intech, 10, 199-209
- Muehlhoff, E. (2013). Milk And Dairy Products In Human Nutrition, Rome.
- Nazzaro, F., Orlando, P., Fratianni, F. ve Coppola, R. (2010). Isolation Of Components With Antimicrobial Property From The Donkey Milk: A Preliminary Study, *The Open Food Science Journal*, 4, 43 - 47.
- Nikkhah, A. (2012). Equidae Milk Promises Substitutes For Cow And Human Breast Milk, *Turk. Journal Vet. Anim. Science*, 36(5), 470-475
- Nikkhah, A. (2011). Equidae, Camel, And Yak Milks As Functional Foods: A Review, *Journal Nutrition Food Science*, 1(5), 2-7.
- Özsarı, S.H. ve Karatana, Ö. (2013). "Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu", *J Kartal TR*, 24(2), s.136-144
- Öztürkoğlu, B. (2012). An Alternative Milk: Donkey Milk, *The Journal of Food*, 37(4), 243 – 250.
- Polidori, P. ve Vincenzetti, S. (2010). Difference Of Protein Fractions Among Fresh, Frozen And Powdered Donkey Milk, *Recent Patents on Food, Nutrition & Agriculture*, 2, 56 - 60.
- Sağlık Turizmi Derneği, Türkiye Sağlık Vakfı. (2010). Dünya'da ve Türkiye'de Sağlık Turizmi, Durum Tespit Raporu ve Çözüm Önerileri.
- Salimei, E. ve Fantuz, F. (2012). Equid Milk For Human Consumption, *International Dairy Journal*, 24, 130 - 142.
- Sandıkçı, M. (2008). Termal Turizm İşletmelerinde Sağlık Beklentileri ve Müşteri Memnuniyeti, Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Afyonkarahisar.
- Tarafo, A., Magrone, T. ve Jirillo, F. (2007). Immunological Properties Of Donkeys Milk: Its Use In The Prevention Of Atherosclerosis, *Current Pharmaceutical Design*, 13, 1 – 7.
- Tegin, R.A.A ve Gönülalan, Z. (2014). Bütün Yönleriyle Doğal Fermente Ürün Kıymız, *Manas Journal of Engineering*, (2)1, 21-34.
- Vincenzetti, S.A., Amici, A., Pucciarelli, S. ve Vito, A. (2012) Proteomic study on donkey milk, *Biochem. Anal. Biochem.* 1:2, 1 – 8.
- Yalçın, B. (2013). Antalya İli Sağlık Turizmi Potansiyeli Araştırması, Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, Antalya.
- Yirik, Ş. (2014). Sağlık Turizmi Üzerine Antalya Destinasyonunda Bir Araştırma, Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Antalya.
- Zengingönül, O., Emeç, H., İyilikçi, D.E. ve Bingöl, P. (2012). Sağlık Turizmi: İstanbul'a Yönelik Bir Değerlendirme, Ekonomistler Platformu İstanbul Kalkınma Ajansı, İstanbul.
- Борзенкова, Н.В., Балабушевич, Н.И. ve Ларионова, Н.Г.(2010) Лактоферрин: физико-химические свойства, биологические функции системы добавки, лекарственные препараты и биологически активные добавки (обзор), *Биофармацевтический журнал*, 2010, 3 (2), 3 - 19

Чиркина, Е.Ю. (2004). Особенности гуморального иммунного ответа к белкам коровьего молока у больных с пищевой непереносимостью: автореф. дис. канд. мед. наук (Doktora Tezi) Электронная библиотека диссертаций veri tabanından erişilmiştir, Москва.

İnternet Kaynakçası:

Kırdar, S. (2017). Kısırak Sütü, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi <http://www.sutdunyasi.com/makaleler/bilimsel/kisrak-sutu-kimiz> (Erişim: 5 Nisan 2017).

Laleli (2016). Türkiye'nin Dört Yanına Eşek Sütü Satıyor, <http://www.hurriyet.com.tr/turkiyenin-dort-yanina-esek-sutu-satiyor-40040798>, Antalya – DHA. (Erişim: 09.10.2017).

Polidori, P. (2012). Nutritional Qualities Of Donkey Milk, *School of Pharmacy, Univ. of Camerino, Italy; School of Veterinary Medical Sciences, Univ. of Camerino*, <https://www.soas.ac.uk/history/conferences/donkey-conference-2012//archive-of-previous-papers/file86174.pdf>.

Türkiye Sağlık Turizm Rehberi, (2009). Web: <http://docplayer.biz.tr/768565-Turkiye-saglik-turizmi-rehberi.html> (Erişim: 09.10.2017).

Türsab Sağlık Turizmi Raporu, (2013). <https://onedrive.live.com/view.aspx?cid=9bbfa4347d80b625&id=documents&resid=9BBFA4347D80B625%21431&app=WordPdf&authkey=ACdcb6Jt0OxWSh0&> (Erişim: 09.10.2017).

Vatan Gazetesi, (2016). <http://www.gazetevatan.com/dunyada-en-fazla-esek-etiyopya-da-1017025-dunya/> (Erişim: 09.10.2017).

World Health Organization (2013). http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/82058/1/WHO_HIS_HSI_13.1_eng.pdf?ua=1 (Erişim: 09.10.2017)

CONSUMER'S WILLINGNESS TO PAY FOR SUSTAINABLE TOURISM AND RECREATIONAL SERVICES IN PAKISTAN: A CASE STUDY OF DISTRICT FAISALABAD

Prof. Dr. Muhammad ASHFAQ
Institute of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Social Sciences, University of
Agriculture Faisalabad
ashfaq9@hotmail.com

Doç. Dr. Muhammad Asad ur Rehman NASEER
Institute of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Social Sciences, University of
Agriculture Faisalabad,
asadlaysa@hotmail.com

Prof. Dr. Sarfraz HASSAN
Institute of Agricultural and Resource Economics, Faculty of Social Sciences, University of
Agriculture Faisalabad
ashfaq9@hotmail.com

Adil HUMAYON
Faisalabad-Pakistan

ABSTRACT

Ecotourism has grown its importance over the past decades and is now the major contributor to the economy of many developing countries. Recreational sites not only provide recreational services, clean and healthy environment but also provide habitat for the wildlife. To develop recreational sites and to provide services to the tourists, district governments need huge amount of funds that are quite limited. The main source of revenue for the operations and management of the parks can be the income from the entry ticket/fee. The purpose of the present study was to determine the consumer's willingness to pay (WTP) in terms of time, travel cost and money for the recreational services. For this purpose, primary data from 250 respondents were collected, randomly selected from the two parks in district Faisalabad i.e. Gutwala park and Jinnah Gardens. Multivariate analysis was used for this purpose. Travel cost, visitors' income and the distance from his/her home to park, education level, quality of the recreational service were the significant determinants of WTP. Own price elasticities of demand were negative and cross price elasticities were positive and significant for the both parks. The results will help to ensure parks recreation that will continue its contribution to society and sustainable tourism.

Keywords: Sustainable tourism, Willingness to pay, Multivariate analysis, Faisalabad, Pakistan.

1. INTRODUCTION

Recreational facilities are designed to improve an environment of sufficient quality with an aim of providing the desired relaxation and enjoyment. Recreational sites also provide physical, mental and emotional rebuilding through the relaxation made possible by relieving the strain of doing what one has to do. This shows people's willingness to pay for visiting sites (Walsh et al., 1984).

Ecotourism plays an important role to ensure economic growth and natural resources. In case of developing countries, Governments are impoverished for protection and sustainably for natural resources (Neto, 2003). There is a large amount of evidences in literature that ensure the role of ecotourism in managing protected areas and recreational sites (Eagles at al. 2002; Weaver and Lawton, 2007; Lal et al. 2007; Gonson et al. 2017 and Hockett et al. 2017). Park entrance fee is a vital issue in case of generating revenue for the management of recreational sites. Entry fee for site is commonly

very low, non-existent and sometimes is not imposed in developing countries. Additionally, whatsoever those revenues that are for tourism are going to often combined with other common sources. But it is not using for maintenance of recreational resources. Due to the unproductive detain of ecotourism revenues, land is used for other purposes even if it is a public land (Sanders and Hardy, 2012). Land is used for agriculture, logging and cattle grazing. These types of practices on land give larger returns and more profit. Resultantly, problems like soil erosion, deforestation, permanent loss of bio diversity and watershed degradation are going to increase with the passage of time (Southgate and Whitaker, 1994).

The easy way to get the public benefits, user fees is an appropriate way for ecotourism. Differential pricing and benefits accrued from the charging user fees in case of recreational sites are significant. It is frequently build up mainly towards the private sector (Stem, 2001). These types of activities may be the cause of reduction in the visitation rate of recreational areas. The area where ecological damage occurs continuously is due to the lack of guiding knowledge in natural resource managers for efficient price strategy (Newsome et al. 2012)

Suitable policies could be implemented for better pricing. At small level, analysis has taken place to assess the collision of user fees in developing countries (Chase et al., 1998). In context of developing countries. Pakistan is looking for strengthening its tourism sector, as well as nature base tourism. In term of bio diversity, Pakistan is in the list of poor South Asian countries. Pakistan forest area is about 5 percent of the total area of country and rate of deforestation is high (World Resource Institute, 1996). The Government of Pakistan take interest in the extension and appropriate protection of the recreation based system in recent years. However, number of recreation based sites is very small in Pakistan and management system is so far away from adequate. Due to the lacking in governmental finances and open entrance of visitors to these sites are also responsible for this abnormality. By taking the economic valuation using non-market based evaluation methods of environmental natural resources, it is helpful information for better management (Dilnessa, 2014).

1.1.Problem Statement

Usually, there may be two sources of funds required for park management: the federal or provincial government budget and revenues generated from park entry fees. The government budget allocated for management of national parks in Pakistan is very limited as it competes with other developmental programs including education, health care, infrastructure, defense spending, etc. in the country (GOP, 2016). Therefore, the other alternative can be used to generate more and more revenues for park management. At present a very low entry fee is charged and entry into various parks is almost free. Charging entry fees into these parks can, therefore, generate sufficient funds. Furthermore, park revenue from entry fees may be increased provided parks were priced suitably. This suggests that although the federal government budget for national park management is faced with stiff competition from other items in the budget, adjusting park entrance fees may increase park revenue. The present study probes into the possibility of enhancing park entry fees to reflect the recreational benefits that national parks provide to the visitors. Public parks in Pakistan face shortage of funds for their management and are threatened by different activities performed by humans and nature (Khan et al. 2014). Their recreational benefits are declining day by day. There is a dire need for their management on sustainable basis, which in turn requires their correct valuation. This study focused on two parks: (1) Gutwala Park and (2) Jinnah Gardens of Faisalabad City, Punjab Province.

1.2.Research Questions

If environmental resources were marketable goods, their value would be easily determined and realized in the market like ordinary goods and services. But recreational uses of environmental resources are affected by changes in quality of services. Recreational benefits of national parks are also affected by the quality of environmental and recreational services. This study seeks to answer some research questions: (1) What are the factors that determine visitors' WTP for recreational services of public parks? and (2) Whether improvement in recreational benefits of national parks

would lead to a higher demand for recreational benefits with people willing to pay a higher price for better quality of environmental services?

2. METHODOLOGY

In modeling consumer behavior towards environmental goods, it is often important to consider the possible substitutes to the environmental goods in questions. This study therefore assumes that there exists a multi-park system where a number of recreational parks are located close to each other. The consumer will make a choice from among these sites. Specifically, the consumers will face a choice between two different recreational areas, each endowed with different recreational services or attributes. The study employs the contingent valuation method. In order to understand the determinants of the visitor's WTP responses and to see whether these determinants are consistent with economic demand theory, a series of multivariate analyses were performed with the data obtained from the questionnaire. Various independent variables were used to attempt to explain the variation in different measures of visitor's WTP for improved recreational services of the two parks.

This study was concentrated on the users' group for several reasons. The individual visitors instead of households were chosen as respondents for interview. "Visitors" were broadly defined as those who use the two parks for recreation. Overall 250 respondents (125 from Gutwala Park and 125 from Jinnah Gardens) were interviewed for data collection. The visitors were randomly chosen for interviews. Specifically, visitors were either interviewed at the gate when they were entering the park or in the park enjoying recreational benefits. The desired data were collected with the help of a pre-tested interview schedule. The analyses were carried out by SPSS and Microsoft Excel.

2.1. Models Specification

The following model was estimated using Ordinary Least Square (OLS) method:

where Y_i are the Final bid for WTP amounts, TC are the total travel cost (Rs.), Inc is the Household's income (Rs./month), Edu is the Respondent's educational level (years completed), Age is the Respondent's age (years), Dis is the Distance (km), D_1 is 1 if respondent is male and 0 otherwise, and D_2 is 1 if respondent's perception about Park's recreational facilities is good and 0 if bad.

Specification of the functional form is crucial to the benefit estimates obtained. In practice the choice of the functional form needs to be determined empirically. There is some consensus that a semi-log gives the best results namely regressing the logarithm of visitation rates against travel cost, etc. (Bann, 1998). However, we also used double log functional form of the above model to estimate (own- and cross-) price and income elasticities of demand for visitation of the two parks.

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 TC + \beta_2 Inc + \beta_3 Edu + \beta_4 Age + \beta_5 Dis + \psi_1 D_1 + \psi_2 D_2 \quad (1)$$

The exploration of whether a person is willing to pay for visitation of the national park was also done using Logit models (Bann, 1998). This model was chosen because of its ability to deal with a dichotomous dependent variable and a well-established theoretical background (Alberini et al. 1997; Alberini, 1995 and Kannien, 1995).

$$P_i = E(Y = 1|X_i) = \left[\frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 \sum X_i + \varepsilon_i)}} \right] \quad (2)$$

$$L_i = L_n \left\{ \frac{P_i}{1 - P_i} \right\} = \beta_0 + \beta_1 \sum X_i + \varepsilon_i \quad (3)$$

where L_i (logit) is the log of the odd ratios and is linear in both independent variables and parameters. The estimation method to be used will be maximum likelihood estimator (MLE).

3. RESEARCH FINDINGS

3.1.Descriptive Results

On average, the sample respondents visited nature-based recreation about 9.58 times per year with their mean yearly spending on recreation of Rs. 12000. Their mean monthly income is Rs. 37,856. About 55 per cent of the respondents are male and 45 per cent are female. As many as 59 per cent were married and 41 per cent were single. The average age of the respondents was about 42 years and the average household size was about 5.90. The average distance between the two parks and the respondents' origin was 17.92 km. More than half (55%) of the respondents had bachelors or above level of education and 17 per cent were illiterate, 3% were primary, 20 per cent secondary and only 5 per cent had technical education (Table 1).

Table 2: Descriptive Statistics of the Respondents

Variables	Mean	Minimum	Maximum	Std. Dev.
Distance (km)	17.92	0.5	45.51	18.21
Total No. of tours/yr	9.56	1	18	25.37
No. of tours to Gutwala Park/yr	8.77	1	17	21.28
No. of tours to Jinnah Gardens/yr	12.35	1	15	27.39
Age (years)	42.05	19	59	56.67
Monthly Income (Rs)	37856	7500	130000	57000
Household Size (No)	5.90	3	11	13.11
Percentage Distribution of Respondents with Sex				
Male	55 %			
Female	45 %			
Percentage Distribution of Respondents with Marital Status				
Single	41 %			
Married	59 %			
Percentage Distribution of Respondents with Education Level				
Illiterate	17 %			
Primary	3 %			
Secondary	20 %			
Technical Education	5 %			
Bachelor Degree and Above	55 %			

Less than 50 per cent of the visitors considered quality of the parks as good compared to 30 per cent who believed it bad or very bad, with about 20 per cent answering with don't knows. These figures demonstrated that majority of the visitors were happy with recreational quality of the parks. Visitors'

judgment on water quality seems to have some impact on their willingness or unwillingness to pay. Majority (80%) of the respondents belonged to Faisalabad City and 20% to the rural areas of District Faisalabad.

On the question about how more resources should be allocated for the park management, 60 per cent of the respondents preferred an increase in entrance fee, 25 per cent chose reallocation of government budget, 15 per cent advocated voluntary donations towards parks' management fund and one per cent indicated no particular reference.

3.1. Empirical Results

To better understand the determinants of respondents' WTP responses and to see whether these determinants are consistent with economic demand theory, a series of multivariate analyses were performed with the survey data. Table 2 depicts the results of two multivariate models of the determinants of the WTP responses. Five of the independent variables are statistically significant determinants of visitors' WTP in both multivariate models.

Table 3: Determinants of the visitors' WTP responses

Variables	OLS	Logit Model
Dependent variable	Final bid	WTP (Yes/No)
Independent variables		
Intercept	6.21 (0.62)	-0.071 (-0.35)
Travel cost	- 0.076 (-3.41) ***	-0.019 (-6.02) ***
Visitors' monthly income	3.11 (2.93) ***	0.175 (4.99) ***
Education	1.91 (3.43) **	0.086 (3.05) **
Age	0.103 (1.83) *	0.918 (1.22)
Distance from park	-11.41 (-3.83) ***	-0.23 (-2.17) ***
Sex (male = 1 and female = 0)	2.02 (0.76)	0.077 (0.65)
Quality of recreational facility (good = 1 & bad = 0)	2.93 (4.88) ***	0.65 (4.21) ***
Log. (L)	-	365.31
R^2	41.20	-
F -stat	19.9	-
Sample size	250	250
Percent predicted correctly		81.07

The respondents' income is statistically significant indicating a positive correlation with visitors' WTP for improved recreational services of both parks. Education level and age of the respondents have also

positive but small impact on WTP responses. Similarly, better quality of recreational services also attracts a higher amount of WTP. Travel cost is statistically significant and has a negative effect coefficient implying that higher travel costs to parks reduces visitors WTP. Travel cost to substitute site, as an independent variable was not included in the models as both parks are located at different locations. Sex variable has no impact on WTP amounts.

Overall, these multivariate results are in accord with economic theory and prior expectations, and are robust with respect to estimation technique and model specification. The overall explanatory power of the models is not bad; for example, the R-squared value for the OLS model is 41 per cent that is acceptable for primary data set. The robustness of the results and the large number of statistically significant independent variables indicate the WTP responses are not random but are rather systematically related to respondents' and households' characteristics.

3.2. Demand Elasticities

For any particular park, elasticities of park visitation demand can be calculated from marginal effects associated with the estimated demand coefficients. The estimated elasticities associated with the own-price, cross-price, and income variables are shown in Table 3. The own-price elasticities are located on the main diagonal. These are negative in all cases due to the inverse relationship between entrance fees (price) and visitation demand (quantity). Own-price elasticity is greater than unity for Jinnah Gardens and nearly unit elastic for Gutwala Park. Cross price elasticities are positive and significant for both parks indicating their substitute relationship. Finally, park demand visitation is significantly income elastic also for both parks.

Table 4: Demand Elasticities for Parks

Variable	Gutwala Park	Jinnah Gardens
Gutwala Park	-0.97*** (0.40)	0.103*** (0.13)
Jinnah Gardens	0.33*** (0.089)	-1.04*** (0.12)
Income	0.101** (0.05)	0.31*** (0.087)

4. CONCLUSIONS AND SUGESSTIONS

Ecotourism has grown in importance over the past decades and is now a major contributor to the economies of numerous developing countries including Costa Rica, Belize, Ecuador, Kenya, Nepal, and Thailand (Lindberg and Huber, 1993). This paper contributes to an understanding of the role that economic analysis can play in the management of protected areas. The park visitation demand elasticities estimated at two different parks demonstrate homogeneity characterizing tourist behavior and park that is also seen by Khan et al. 2014.

Though, at present visitors are not paying any entrance fee. By introducing entry fee to access the site can generate greater revenue, since visitors are willing to pay entry fee for the sake of improvement of the parks.

REFERENCE

- Alberini, A. (1995). Efficiency vs. Bias of Willingness-to-Estimates Bivariate and Internal-Data Models, *Journal of Environmental Economics and Management*, 29, pp. 169-180.
- Alberini, A. et al. (1997). Modelling Responsive Incentive effects in Dichotomous Choice Contingent Valuation Data, *Land Economics*, 73, pp. 309-324.
- Bann, Camille (1998). *The Economic Valuation of Tropical Forest Land Use Option: A Manual for Researchers*, Economy and Environment Program for Southeast Asia, Singapore.

- Chase, L., Lee, D., Schulze, W., and Anderson, D. (1996). The economic benefits of surface water quality improvements in developing countries: A case study of Davao, Philippines. *Land Economics*, 60: 154-170.
- Dilnessa, A. A. (2014). Non-Market Valuation of Cultural Heritages in Ethiopia Using Travel Cost and Contingent Valuation Methods: An Application to Rock-Hewn Churches of Lalibela (Doctoral dissertation, Addis Ababa University Addis Ababa, Ethiopia).
- Eagles, P. F., McCool, S. F., Haynes, C. D., and Phillips, A. (2002). Sustainable tourism in protected areas: Guidelines for planning and management (Vol. 8). Gland: IUCN.
- Gonson, C., Pelletier, D., Alban, F., Giraud-Carrier, C., and Ferraris, J. (2017). Influence of settings management and protection status on recreational uses and pressures in marine protected areas. *Journal of Environmental Management*, 200, 170-185.
- GOP. 2016. Government of Pakistan, Economic Survey of Pakistan, Ministry of Finance, Islamabad Pakistan.
- Hockett, K. S., Marion, J. L., and Leung, Y. F. (2017). The efficacy of combined educational and site management actions in reducing off-trail hiking in an urban-proximate protected area. *Journal of Environmental Management*, 203, 17-28.
- Kannien, B.J. (1995). Bias in Discrete Response Contingent Valuation, *Journal of Environmental Economics and Management*, 22, pp. 57-70.
- Khan, H., Khan, H.A.F., and Shoukat, S.S.M. (2014). Estimating willingness to pay for recreational services of two public parks in Peshawar, Pakistan. *Environmental Economics*, 5(1): 21-26.
- Lal, P., Wolde, B., Masozera, M., Burli, P., Alavalapati, J., Ranjan, A., ... and Mugabo, R. (2017). Valuing visitor services and access to protected areas: The case of Nyungwe National Park in Rwanda. *Tourism Management*, 61, 141-151.
- Lindberg, K. and R.L. Johnson (1994). Estimating Demand for Ecotourism Sites in Developing Nations, *Trends*, 31, pp. 10-15.
- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: Moving beyond environmental protection. *Natural resources forum*, Blackwell Publishing Ltd. 27(3): 212-222
- Newsome, D., Moore, S. A., and Dowling, R. K. (2012). Natural area tourism: Ecology, impacts and management (Vol. 58). Channel view publications.
- Sanders, T., and Hardy, K. (2012). Devalued, deskilled and diversified: explaining the proliferation of the strip industry in the UK. *The British journal of sociology*, 63(3), 513-532.
- Southgate, D. and Whitaker, M. (1994). Economic progress and the environment: One developing country's policy crises. Oxford University Press, New York.
- Stem, C. J. (2001). The role of local development in protected area management: a comparative case study of eco-tourism in Costa Rica. Cornell University, Canada.
- Walsh, G.R., Larry D. and John, B. (1984). Measuring the economic benefits of proposed wild and science rivers, National river recreation symposium proceedings. Baton Rouge, LA: Department of landscape architecture, Louisiana State University.
- Weaver, D. B., and Lawton, L. J. (2007). Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism management*, 28(5), 1168-1179.
- World Resource Institute. 1996. In collaboration with the United Nations Environment Program and the United Nations Development Program, World Resource.

KORUNAN ALANLARDA SÜRDÜRÜLEBİLİR EKOTURİZM FAALİYETLERİ

Arş. Gör. İlknur KARATAŞ
Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi
ikaratas@kastamonu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Tayyibe ALTUNEL
Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi
taltunel@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Korunan alan statüsündeki alanlarda sürdürülebilir ekoturizm faaliyetleri, ekoturistlerin alandan beklentilerine göre değişiklikler göstermektedir. Araştırma, fotoğraf çekme, rafting, manzara seyri, doğa yürüyüşü, yaban hayatı izleme, kanyonung gibi ekoturizm faaliyetleri korunan alanın özelliği, statüsü, taşıma kapasitesi vb. etkenlere bağlı olarak gerçekleştirilmektedir. İnsan faktörüne karşı doğayı koruma anlayışından yola çıkılarak ortaya konulan “korunan alan” kavramı yine insan faktörünün doğaya yönelik rekreasyonel gereksinimlerinin karşılanabilmesi amacıyla sunulmaktadır. Bunun nedeni; özellikle ekonomik, kültürel ve sosyal açıdan ormanlara ve doğaya bağlı yaşayan kırsal kesimin, yaşadıkları bölgenin veya sınırının, korunan alan statüsüne alınması ile ekonomik ve sosyal kaynaklarından mahrum bırakılmalarının neticesinde ortaya çıkacak mağduriyetin, ekoturizm faaliyetleri vasıtasıyla telafi edilebileceği düşüncesidir. Ekoturizm faaliyetleri ile kırsal kalkınmaya destek sağlanabileceği gibi korunan alanlara sınır bölgelerde yaşayan halk tarafından korumanın desteklenmesi de sağlanabilecektir. Aynı zamanda ekoturistlerin de doğadan talep ettikleri rekreasyonel gereksinimlerini karşılamaları adına imkân sunulacaktır.

Bu çalışmada; hangi statüdeki korunan alanlarda hangi ekoturizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği, sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde hangi ölçütlerin dikkate alındığı, korumanın ve devamlılığın sağlanması adına alınan önlemlerin niteliği üzerinde durularak, tespit edilen sorunlara önerilere getirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ekoturizm, Korunan alan, Sürdürülebilirlik.

GİRİŞ

Ülkelerin ekonomik ve kültürel kalkınmayı hızlandırma adına gerçekleştirdikleri önemli faaliyetlerden birisi olan turizm, ulusal ve uluslararası boyutta önem arz etmektedir. Ülkeler sahip oldukları doğal, tarihi, kültürel vb. değerleri turizm sektörüne sunarak; işsizlik sorununa karşın istihdam yaratma, gelir eşitsizliği sorununa karşın düşük gelirli topluma özellikle kırsal bölgede yaşayan halka gelir sağlama ve böylece gelir seviyelerinin dengelenmesi, kırsal yöre halkının şehirlere göç etmesinin önüne geçilmesi ve kırsal yaşamın devamlılığı adına kalkındırılmasını hedeflemektedirler. Ancak turizm sektörü, yalnızca ekonomik kalkınma adına, bir araç değil, tamamen bir amaç olarak görüldüğü takdirde çevreye tanzimi zor zararlar verebilmektedir. Turizm faaliyetlerinin ardından geriye kalan çevre kirliliği, doğal çevrenin zarar görmesi, faaliyetler için gerekli tesislerin inşası için tahrip edilen ormanlar gibi olumsuzluklar; çevre bilinci, sürdürülebilirlik, kültürel, tarihi ve doğal değerlerin korunmasının zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından yapılan tanımda sürdürülebilir turizmin; gelecek kuşaklar adına sahip olunan fırsatların korunmasını ve geliştirilmesini, aynı zamanda günümüzde de ürün ve hizmet talep eden turistlerin ve bölge halkının ihtiyaçlarının karşılanmasını benimsediğini ifade etmektedir. Doğayla iç içe, doğaya minimal zararlar, kaynak değerler korunarak ve sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde turizm yapılması 1980’li yıllarda ekoturizm kavramı ile karşımıza çıkmaktadır.

Her geçen yıl artmakta olan dünya nüfusu ile birlikte turizm sektöründe de kitle turizmi hız kazanmaktadır. Kitle turizminin önemli ölçüde neden olduğu tahribatlara karşı hassas ve korunması gerekli alanlarda ekoturizm, doğal çevrenin korunması, sürdürülebilirliğin sağlanması adına önemli bir araç olarak kabul edilmektedir. Nüfus artışı ile birlikte dünya genelinde ortaya çıkan sorunlar sürdürülebilirlik üzerine yönelimi artmıştır. Sahip olunan kaynaklardan sınırsız faydalanmaya yönelik “Savurgan Dünya Görüşü” yerini zamanla “Sürdürülebilir Dünya Görüşü” ne bırakmıştır (Özbey,

2002). Doğal, çevresel, biyolojik ve sosyokültürel kaynakların korunması ve minimal kayıp yaşaması, devamlılığının sağlanarak gelecek kuşakların ve bugünün ihtiyaçlarının karşılanmasında tek yolun sürdürülebilir turizm altında “ekoturizm” olduğu kabul edilmektedir.

1. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İÇERİSİNDE EKOTURİZM KAVRAMI

Küresel ölçekte; Stockholm Bildirgesi, Brundlant Raporu, İklim Değişikliği Sözleşmesi, Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi Gündem 21 ve Orman İlkeleri Bildirgesi, Kyoto Protokolü, Binyıl Zirvesi (2000) gibi belgelerde yer alan “Sürdürülebilir Kalkınma” kavramı çevresel duyarlılığın ve çevre hukukunun temelini oluşturmaktadır. Sürdürülebilirlik zamanla tüm sektörlerde yer bulmuştur. Turizm sektöründe “Sürdürülebilir Turizm” adı altında yeni bir kavramın ortaya çıkmasının nedeni olarak nüfus artışına bağlı olarak, kitle turizminin hızlanması ve bunun neticesinde sosyal, çevresel, biyolojik ve sosyokültürel değerlerin tahrip edilmesi ve yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalınması gösterilmektedir.

Sürdürülebilir turizm kavramının ekoturizm kavramıyla aynı anlamı taşıdığını savunan görüşlerin aksine, 2001 yılında Avusturya’nın Salzburg kentinde gerçekleştirilen “Dağlık Bölgelerde Ekoturizm Konferansı” sonuç bildirgesinde ekoturizmin sürdürülebilir turizmle aynı anlamı taşımadığı yönündeki tespit dikkat çekmektedir. Sürdürülebilirliğin turizmin tüm türleri için söz konusu olabildiği, ekoturizmin bir turizm türü olarak kabul edilmesi gerektiği sonuç bildirgesinde ifade edilmiştir (Akşit,2007).

Turizm sektöründe sürdürülebilirlik kavramı, turizm için kaynak değerleri oluşturan doğal, tarihi, kültürel, estetik ve sosyal değerlerin korunarak geliştirilmesi ve gelecek kuşaklara aktarımının aynı çekicilikle sağlanmasıdır (Oral ve Şenbük, 1996). Bu bağlamda; Mccoll ve Moisey sürdürülebilir turizmi “genellikle küçük ölçekli, politika kararlarında yerel halkın katılımına saygı duyan ve kültürel ve çevresel etkilere duyarlı bir turizm çeşidi” olarak tanımlamıştır (Kuter ve Ünal, 2009 dan aktaran, Korkmaz ve Başkalkan, 2011).

UNEP (Birleşmiş Milletler Çevre Programı) (2003), sürdürülebilir turizm gerekliliklerini aşağıdaki şekilde sıralamıştır:

- Turizm kaynakları (doğal, tarihi, kültürel vd.) bugünün toplumuna fayda sağlarken aynı zamanda gelecekte de kullanımına izin verecek biçimde korunmalıdır.
- Turizm gelişiminin planlanması ve yönetimi, ilgili alanda ciddi ekolojik ya da sosyo-kültürel sorunların tetiklenmesine izin vermeyecek şekilde yürütülmelidir.
- Turizm bölgesindeki çevrenin genel kalitesi korunmalı ve mümkünse artırılmalıdır.
- Alana yapılan ziyaretlerin devamlılığının garanti altına alınması, etkileyiciliğinin artması ve ticari değerinin devam ettirilmesi için turist tatmin seviyesi sürdürülmelidir
- Turizm toplumun tüm bireylerine fayda sağlamalıdır.

Yapılan açıklamalara dayanılarak sürdürülebilir turizmin sosyal, ekonomik ve ekolojik değerlerin bir arada korunması ve geliştirilmesi ile mümkün olacağı söylenebilir. Bahsi geçen bu değerlerin birinin göz ardı edilmesi ile yürütülecek turizm faaliyeti sürdürülebilir turizmden uzak kalacaktır. Sürdürülebilir turizm, çevreye zarar vermeden doğal kaynaklar gözetilerek ve korunarak, talepleri karşılama, ekonomik gelir sağlama ve kalkınmaya destek amaçları ile yürütülmelidir (Korkmaz ve Başkalkan, 2011).

Sürdürülebilir turizmin bir türü olarak ekoturizm gösterilmektedir. Ekoturizm; doğa turizmi, yeşil turizm, alternatif turizm gibi kavramlarla eş anlamlı kullanılmaktadır. Kitle turizminin aksine daha küçük ölçekte, korunması gereken ve hassas alanlarda yürütülen turizm faaliyetleri ekoturizm olarak adlandırılmaktadır.

1970 ve 1980’li yıllarda çevre hareketinin içinde yer bulan ve gelişen ekoturizm kavramı, kitle turizmin önemli ölçüde verdiği zarar neticesinde ortaya çıkan çevresel ilgi sayesinde daha da önem kazanmıştır (Blamey, 2001). Hetzer (1965) ekoturizm kavramını tam netlik kazanmamasına rağmen kullanmış ve dört ilkesini belirlemiştir. Bu ilkeler; çevresel etkileri en aza indirmek, ev sahibi ülkenin

kültürüne saygı duymak, yerel topluma faydaları maksimuma çıkarmak, turist tatmininin maksimuma çıkarmaktır. Geçen sürede ekoturizm bu ilkeler çerçevesinde şekillenmiştir.

Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (TIES) (1990) ekoturizmi; “Doğal alanlarda yapılan, yerel halkın yaşam standartlarını yükselten ve çevreyi koruyan sorumlu seyahat” olarak tanımlamıştır. TIES (2011) aynı zamanda ekoturizm faaliyetlerine katılanlara ve uygulayanlara bazı görevler vermektedir. Bunlar; olumsuz etkileri minimize etmek, çevresel ve kültürel bilince sahip olmak ve saygı duymak, ziyaretçiler ve bölge halkı için olumlu tecrübeler sağlamak, koruma için finansal destek sağlamak ve/veya temin etmek, yerel halkın katılımını sağlamak ve finansal açıdan katkıda bulunmak, ev sahibi ülkelerin çevresel, sosyal ve siyasal iklimine duyarlılığı sağlamaktır.

Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF) tarafından yapılan tanıma göre; vahşi doğada doğal çevreye en az etkiye neden olan ve bunun yanında yerel halka ekonomik olarak katkıda bulunan turizm türü ekoturizmdir. Uluslararası Doğa Koruma Birliği (IUCN) 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” olarak tanımlamıştır (Kurdoğlu, 2001 den aktaran, Sungur, 2012).

Kanada Çevre Danışmanlığı Komisyonu tarafından yapılan ekoturizm tanımında; “yerel toplumun bütünlüğüne saygı gösterirken, ekosistemin korunmasına katkıda bulunan aydınlatıcı doğa seyahati” ifadesi kullanılmıştır.

Değer gören ilk ekoturizm tanımı Cabellos-Lascrain tarafından yapılmıştır; “Ekoturizm bir yerdeki geçmiş ve şimdi var olan kültürel ifadeler kadar, doğayı, yaban hayatını ve doğal bitkisini inceleme, doğa hayranlığı, görünüşünden zevk alma gibi belli amaçlarla kısmen bozulmamış veya kirletilmemiş doğal alanlara yapılan seyahattir.” (Todeg, 2010).

Yukarıda verilen ekoturizm kavramları birlikte incelendiğinde ortak kriterler dikkat çekmektedir. Tanımlardaki bu ortak kriterler; doğa temelli olması, çevresel eğitim gerekliliği, sürdürülebilirlik, yerel katılımın sağlanmasıdır.

2. KORUNAN ALANLARDA EKOTURİZM

Korunan alan kavramı IUCN (International Union for Conservation of Nature and Natural Resources) tarafından 2008 yılında; “Doğanın ve ilişkili ekosistem servisleri/hizmetleri ve kültürel değerlerin uzun vadeli korunması amacıyla açıkça tanımlanmış coğrafi sınırları olan, tanınmış, adanmışlık içeren ve yasal veya diğer etkin yöntemlerle yönetilen alandır” şeklinde tanımlanmıştır.

Dünya genelinde doğaya yönelik artan baskının ve olumsuzlukların neticesinde doğada gerçekleşen yanlış kullanımların önlenmesi, sürdürülebilirlik ilkesine bağlı kalınarak bilimsel teknikler ve yasal düzenlemeler vasıtasıyla yönetiminin sağlanması gibi amaçlarla ülkeler bir araya gelme ihtiyacı duymuş ve korunan alan kavramı yerel, bölgesel, ulusal olmaktan ziyade uluslararası bir önem de kazanmıştır (Kuvan, 1991). Dünya genelinde yaşanan gelişmelere bağlı olarak Türkiye’de alansal olarak koruma “Milli Park” kavramının 1956 yılında 6831 sayılı Orman Kanunu’nun 25. maddesinde yer almasıyla başlamıştır. Korunan alanların statüsünün belirlenmesi birbiriyle bağlantılı ve birbirini destekleyici nitelik taşıyan birçok kanun hükümleri ışığında gerçekleşmektedir. Bu kanunlar; 6831 sayılı Orman Kanunu, 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu, 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu, 2872 sayılı Çevre Kanunu, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu ve 5915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu’dur (Şen ve Buğday, 2015).

Korunan alan olarak belirlenen yerlerde yürütülen ekoturizm faaliyetleri, herhangi bir yasal güvence altında bulunmama ile birlikte, bu tür alanlarda ekoturizm faaliyetlerine teşvik çalışmaları yapılmaktadır. Türkiye’de korunan alan olarak ayrılan alanlar; kültürel, tarihi, estetik, arkeolojik, sosyal, biyolojik gibi değerlerden bir veya birkaçını kaynak değer olarak bünyesinde barındırmaktadır. Önemli kaynak değerlerine sahip bu alanlarda yürütülen faaliyetlerin kontrol ve denetiminin yapılması önem arz etmektedir. Yasal olarak koruma altında bulunan korunan alanlarda, yürütülen faaliyetlerin yasal dayanaktan yoksun olması başlıca sorunların ilk sırasında yer almaktadır. TODEG (Türkiye Ormanlılar Derneği Ekoturizm Grubu) tarafından 2010 yılında gerçekleştirilen “Orman

Ekosistemlerinde Ekoturizm Çalıştayı”nda sunulan 3. Çalışma Grubu raporunda, korunan alanlarda yapılan planlamaların kaynak değerlerin korunması anlayışından ziyade turizm faaliyetlerine yönelik yapılmakta olduğu üzerinde durulmuştur. Aynı raporda tespit edilen bir diğer önemli sorun, bazı korunan alanların birden fazla il sınırında yer alması dolayısıyla yetki karmaşası ve eşgüdümün sağlanamamasıdır.

Korunan alanlara yönelik yapılan planların temelini koruma ve kullanma anlayışının oluşturması gerekirken, kullanma ve koruma anlayışının hâkim olduğu görülmektedir. Ziyaretçi yönetiminin sağlanamaması ve ziyaretçilerin alanın her yerine arzu ettikleri şekilde girebilmesi korunan alanların öncelikli amacının göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Bölgesel bazda ekoturizm yönetim planlarının olmaması, genel anlamda ekoturizmin tanımlanması ve teşvik edilmesi çeşitli sorunları beraberinde getirmektedir.

Bu sorunlara örnek olarak; yönetim planı olmaksızın yürütülen faaliyetlerde; gerçekleştirilen turizm faaliyetlerinin ekoturizm olarak algılanması, alanın korunması ile birlikte ekoturizm gerçekleştirilmesi gerekirken alanın ekoturizm gerçekleştirilmesine uygun hale getirilmek istenmesi, yetki karmaşası, yerel halkın ekoturizm getirilerinden faydalandırılmaması, korunan alanların sahip oldukları kaynak değerlerinden dolayı bağlı buldukları kurumların farklılık göstermeleri ve koordinasyon sağlanamaması verilebilir.

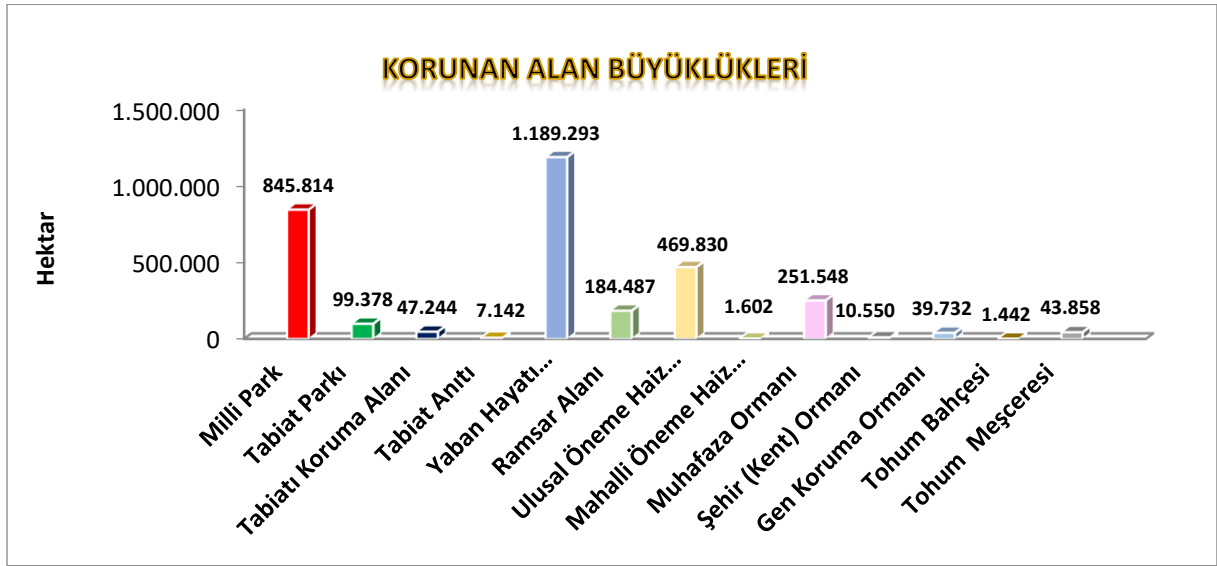
Ülkemizde ekoturizm faaliyetleri ormanlık alanlarda ve korunan alanlarda yürüyüş, doğayı sevdirme, doğayla iç içe yaşam ve çadırılı yaşam şeklinde bir anlayışla yürütülmekle birlikte; safari turları, motor ve cip turları, ormanlık alanlarda piknik gibi turizm faaliyetlerinin ekoturizm olarak kabul gören ikinci ve tehlikeli bir anlayış ile de yürütülmektedir (Todeg, 2010).

3. TÜRKİYE’DE KORUNAN ALANLAR VE EKOTURİZM FAALİYETLERİ

Türkiye’de 2016 yılı itibariyle;

Korunan Alan Türü	Korunan Alan Değeri	Sayı
<u>Milli Park</u>	Ulusal	42
<u>Tabiatı Koruma Alanı</u>	Ulusal	30
<u>Tabiat Parkı</u>	Ulusal	209
<u>Tabiat Anıtı</u>	Ulusal	111
<u>Yaban Hayatı Geliştirme Sahası</u>	Ulusal	81
Muhafaza Ormanı	Ulusal	55
<u>Mahalli Öneme Haiz Sulak Alan</u>	Bölgesel	6
Ulusal Öneme Haiz Sulak Alan	Ulusal	38
Ramsar Alanı	Küresel	14
Muhafaza Ormanı	Ulusal	55
<u>Gen Koruma Ormanları</u>	Ulusal	295
Tohum Meşcereleri	Ulusal	330
Tohum Bahçeleri	Ulusal	187

Kent Ormanları	Ulusal	145
----------------	--------	-----



Türkiye'nin korunan alanları deniz ve kıyılardan; Ağrı Dağı'na; delta ve kanyonlardan, Karadeniz ormanlarına ve yaylalarına; bozkırlardan, göl ve akarsu sistemlerine; derin vadiler ve kanyonlardan buzullara kadar çeşitli doğal ekosistemleri barındırır. Korunan alanlar nesli tehlike altında, endemik, dar yayılış gösteren birçok bitki ve hayvan türüne ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca, ekolojik özelliklerinin ve doğal güzelliklerin yanı sıra jeolojik, jeomorfolojik, peyzaj, tarihi, arkeolojik ve kültürel değerlere sahip alanları da içermektedir (URL-1).

Bir alanın korunan alan statüsüne alınabilmesi için gerekli ölçüt ve kriterler yasal mevzuatta yer bulmaktadır. 1983 tarih ve 2872 sayılı Çevre Kanunu'nun 9'ncü maddesinde, ulusal mevzuat ve taraf olunan uluslararası sözleşmeler çerçevesinde korunan alan statüsüne alınan ve ekolojik değeri yüksek hassas alanların plan kararı dışında kullanılmayacağı kesin olarak ifade edilmiştir. Bu durumda bu tarz alanlarda gerçekleştirilecek her çeşit faaliyetinin planlamasının yapılması ve yönetim planının oluşturulması gerekmektedir.

Korunan alan statüsündeki alanlarda ekoturizm adı altında gerçekleştirilen faaliyetlerin genel olarak; dağcılık, doğa yürüyüşü, ziyaret, manzara seyri, doğa fotoğrafçılığı, tırmanma, olta balıkçılığı, kampçılık, rafting, piknik, kuş gözlem, geleneksel yaylacılık, dağ ve kar sporları, tarım turizmi, yamaç paraşütü, mağara turizmi, dinlenme ve eğlenme olduğu görülmektedir.

Ekoturizm faaliyetleri gerçekleştirilmek istenilen alanın kaynak değerlendirilmesi aşağıda yer alan tabloda yer alan kriterlere göre yapılmaktadır (Boyd veButler'ın, ECOS Metodundan uyarlanmıştır) (Türker, 2013).

Ulaşılabilirlik	A. Ekoturizm bölgesine ulaşılabilirlik (ulaşım araçlarının varlığı)
	- Havayolu ulaşımı
	- Karayolu ulaşımı
	- Denizyolu ulaşımı

	- Demiryolu ulaşımı
	B. Ekoturizm kaynağına ulaşılabilirlik - Kaynağa ulaşımı sağlayacak stabilize yolların, orman yollarının, patikaların bulunması - Atla ulaşım - Deniz araçları ile ulaşım
	C. Alanla ilgili bilgilere ulaşılabilirlik - Broşürler, internet kaynakları v.b.
Kaynağın Fiziksel Çekiciliği	Flora yapısı (zengin, az bulunur bitki çeşitliliği, anıt ağaçlar, çiçekler, diğer bitkiler)
	Fauna yapısı (hayvan çeşitliliği ve zenginliği; kuşlar, kelebekler, sürüngenler)
	Orman değerleri
	Bozulmamış olması
	Peyzaj
	Alana yakın başka ekoturizm kaynaklarının varlığı
	Alanda rekreatif faaliyetlerin bulunması
Altyapı İmkânları	Alanda içilebilir su, elektrik, tuvalet, iletişim araçları bulunması
Üstyapı İmkânları	Yıldızlı oteller
	Küçük konaklama tesisleri, pansiyonlar
	Kamplar
	Yiyecek-içecek tesisleri
	Alana yakın sağlık birimleri bulunması (hastane, sağlık ocağı)
	Tur düzenleyen yerel acentaların bulunması

Sosyo-kültürel Yapı	Bölgede yaşayan halkın ekoturizm bilincine sahip olması
	Eğitim seviyesinin yüksek olması
	Halkın bölgeye gelen turistlere karşı olan davranışları (pozitif, negatif)
	İnsan kaynakları (istihdam edilecek turizm personeli, rehber vb).
Ekonomik Yapı	Turistlerin alana olan ekonomik katkıları

Tablodaki kaynak değerlendirmesi kriterlerden alt yapı ve üst yapı hizmetlerinin korunan alanlarda yer alması korunan alan politikası ile örtüşmemektedir. Diğer kaynak değerlendirmesi kriterlerini yüksek oranda sağlamakta olan korunan alanlar, ekoturizm faaliyetleri için uygundur ancak aşağıda getirilecek öneriler dikkate alınmalıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Korunan alanların özellikle kırsal bölgeleri kapsamaması dolayısıyla, yerel halk gereksinimlerini karşılamak için korunan alanlardan faydalanamamaktadır. Bu durum yerel halkın özellikle genç nüfusun göç etmesi sonucunu doğurmaktadır. Şehir nüfusunun giderek artması ve kırsal yaşamdan vazgeçilmesi kültürel, sosyal ve ekolojik değerlerin giderek kaybedilmesine neden olacaktır. Bu durumda yerel halkın ekonomik olarak kalkınmasını sağlayacak, korunan alanların yönetiminde katılımlarına imkân verecek ekoturizm faaliyetleri desteklenmekte ve teşvik edilmektedir. Korunan alanların kaynak değerlerinin korunması öncelikli ilke edinilerek, bu ilke çerçevesinde yürütülmesi beklenen faaliyetlerin yönetim planlarının yapılması öncelikli şartlardan birisidir. Aksi takdirde koruyarak kullanma anlayışı, zamanla yerini kullandıktan sonra korumaya bırakacaktır. Ekoturistlerin taleplerini karşılamaya yönelik faaliyetlere izin verilmesinden ziyade, onların ev sahibi bölgenin tarihi, kültürel, ekolojik, sosyal vb. değerlerini tanımaları, anlamaları ve saygı duymaları sağlanmalıdır.

Korunan alanlarda diğer turizm faaliyetlerine izin verilmesi sürdürülebilir turizm çerçevesinde ekoturizm ilkeleri ile örtüşmemektedir. Ekoturizm ekolojik, ekonomik ve sosyal boyutlar göz önünde bulundurularak sürdürülebilirlik ilkesi kapsamında yapılan doğa ile birlikte, çevreye en az zararlı yapılan seyahat ise; yalnızca ekonomik boyut dikkate alınarak gerçekleştirilen faaliyetlere ekoturizm faaliyeti demek yanlış olacaktır. Bu şekilde gerçekleştirilen faaliyetlerden yerel halk yerine tur düzenleyiciler kâr sağlamış olacaktır.

Korunan alanların kaynak değerlerinin iyice bilinmesi ve tanıtımının yapılması gerekmektedir. Bu açıdan rehberlik hizmetinin iyi sunulması için eğitimlerin verilmesi ve kontrolünün yapılması gereklidir. Rehberlik hizmeti verilmesinde bölgeyi ve sahip olduğu nitelikleri hakkında bilgi sahibi olacaklarından dolayı öncelik yerel halka verilmelidir.

Gerçekleştirilen faaliyetlerin planlaması, kontrolü, denetlenmesi yetkileri belirlenmeli ve koordinasyon sağlanmalıdır. Plansız, kontrolsüz ve denetimsiz gerçekleştirilen her faaliyet sonucunda tahribat kaçınılmazdır. Korunan alanlarda gerçekleştirilecek faaliyetlerin ziyaret, yürüyüş, doğayı sevdirmek, manzara seyri ve fotoğrafçılık ile sınırlı kalması sürdürülebilirlik ve koruma açısından uygun olanıdır. Buralara yapılan ziyaretlerde ziyaretçinin isteğinden ziyade alanın özelliği ve kapasitesi dikkate alınarak hizmet sunulmalıdır.

Korunan alanların bazı durumlarda birden fazla kurumu ilgilendirmesi, her kurumun kendi planlarında o bölgeye yönelik farklı planlar hazırlaması ve uygulamaya koyması neticesinde ortaya çıkan karmaşa kurumlar arasında koordinasyon ve eşgüdüm ile ortak bir yönetim planının hazırlanması ile çözülebilir.

İlgi gruplarının belirlenerek, katılımlarının sağlanması, çevrenin korunması, gelecek kuşakların da günümüz fırsatlarından yararlanmasının sağlanması öncelikli amaç ve ekoturizmin ilkelerindedir.

KAYNAKLAR

- Akşit, S., (2007). Doğal Ortam Duyarlılığı Açısından Sürdürülebilir Turizm, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 441-460 s.
- Blamey, R. K., (2001). Principles of Ecotourism, The Encyclopedia of Ecotourism, Ed: Weaver D. B., CABI Publishing, New York.
- Korkmaz, M., Başkalkan, S. N., (2011). Eğirdir Gölü ve Çevresinde Turizm Gelişiminin Kuter, N., Sürdürülebilirliği Üzerine Değerlendirmeler. SDÜ Orman Fakültesi Dergisi, 62-69 s.
- Ünal, H.E., (2009). Sürdürülebilirlik kapsamında ekoturizmin çevresel ekonomik ve sosyo- kültürel etkileri. Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi 9 (2):146- 156 s.
- Kuvan, Y., (1991). Avrupa Topluluğu Tarafından Yapılan Korunan Alan Sınıflandırması Ve Ülkemizdeki Korunan Alanların Bir Değerlendirmesi, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, C.41, S. 3-4, İstanbul.
- Oral ve Şenbük, (1996). Turistik Yörelerin Sürdürülebilir Turizm Açısından Yapısal Değerlendirilmesi, Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu, Mimar Sinan Üniv. Matbaası, 197-205s, Alanya.
- Özbey, F. R., (2002). Sürdürülebilir Turizm Kalkınması. Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, C.VIII, S. 2002/1.
- Sungur, Z., (2012). Sürdürülebilir Ekoturizmin Toplumsal Etkileri: Türkiye'den Örnekler. International Conference on Eurasian Economies 2012, 338-344s, Almaty, Kazakistan.
- Şen, G., Buğday, S., (2015). Kastamonu İlinde Çeşitli Statülerde Koruma ve Kullanma Amaçlı Belirlenmiş Alanlar, Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 15 (2), 214-230s, Kastamonu.
- TIES, (1990). What is ecotourism? Uluslararası Ekoturizm Topluluğu web sitesi http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/%20k.BEB9/What_is_Ecotourism_The_International_Ecotourism_Society.htm, Erişim tarihi: 20.07.2017.
- TIES, (2011). What is ecotourism? Uluslararası Ekoturizm Topluluğu web sitesi http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835303/%20k.BEB9/What_is_Ecotourism_The_International_Ecotourism_Society.htm, Erişim tarihi: 20.07.2017.
- TODEG, (2010). Orman Ekosistemlerinde Ekoturizm Çalışmayı ve 10. Yılında Todeg.
- Türker, N., (2013). Batı Karadeniz Bölümü Ekoturizm Kaynaklarının Değerlendirilmesi ve Bir Ekoturizm Rotası Önerisi. The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal of Social Science, V.6, Issue.4, 1093-1128 p.
- UNEP, (2003). Tourism and Local Agenda 21 (The Role of Local Authorities in Sustainable Tourism). United Nations Publications, ISBN: 92-807-2267-0, 60s.
- URL-1: <http://www.milliparklar.gov.tr/korunanalanlar/korunanalan1.htm> Erişim tarihi: 10.07.2017.

TÜRKİYE'DE KORUNAN ALANLARIN HUKUKİ DURUMU

Arş. Gör. İlknur KARATAŞ
Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi
ikaratas@kastamonu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Tayyibe ALTUNEL
Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi
taltunel@kastamonu.edu.tr

ÖZET

Doğanın, insan faktörü neticesinde ekolojik işlevlerini yerine getiremeyecek hale gelmesine engel olabilmek adına, sürdürülebilir yararlanmanın sağlanması ve gelecek kuşaklara doğal mirasın aktarılabilmesi gibi amaçlarla ortaya çıkan “korunan alan” kavramı; Türkiye’de ilk 6831 sayılı Orman Kanunu’nun 25. maddesinde Milli Park olarak hukuki bir statü kazanmıştır. Bunun yanı sıra 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu’nda da milli park dışında kalan korunan alanlara yer verilmiştir. Bir alanın korunan alan statüsüne alınmasında esas teşkil eden kanunlar ise; 1956 tarih ve 6831 sayılı Orman Kanunu, 1983 tarih ve 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu, 1983 tarih ve 2872 sayılı Çevre Kanunu, 1983 tarih ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu ve 2003 tarih ve 5915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu’dur. Türkiye’de bahsi geçen bu kanunların yanı sıra taraf olunan uluslararası anlaşmalara dayalı olarak da korunan alan statüleri belirlenmektedir.

Bu çalışmada; korunan alanların, kronolojik olarak mevzuattaki yerleri tespit edilerek, hukuki durumu saptanmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Korunan Alan, Turizm, Sürdürülebilirlik, Mevzuat.

1. GİRİŞ

IUCN (Dünya Doğayı Koruma Birliği-International Union for Conservation of Nature and Natural Resources) 1994 yılında korunan alan kavramını “Özellikle biyolojik çeşitliliğin, doğal ve bununla ilişkili kültürel kaynakların devamlılığının sağlanmasına ve korunmasına hizmet eden, yasal veya diğer etkili yollarla yönetimi gerçekleştirilen karasal ve/veya denizel alanlar.” olarak tanımlamıştır. 2008 yılında bu tanıımı “Doğanın ve ilişkili ekosistem servisleri / hizmetleri ve kültürel değerlerin uzun vadeli korunması amacıyla açıkça tanımlanmış coğrafi sınırları olan, tanınmış, adanmışlık içeren ve yasal veya diğer etkin yöntemlerle yönetilen alandır.” şeklinde güncellemiştir (URL-1).

IUCN tarafından yapılan tanımlardan da anlaşılacağı üzere korunan alan kavramı her geçen yıl önem arz etmekte ve korunan alanlara yönelik düzenlemeler geliştirilmektedir. Doğanın çevresindeki tüm ekosistemle bir bütün olduğunun kabul edilmesi ile birlikte sürdürülebilirlik ilkesine bağlı kalınarak yönetilmesi gerektiği üzerine dünya genelde ortak bir anlayış mevcuttur. Korunan alanların işlevi yalnızca doğayı koruma amacını gerçekleştirmekle kalmayıp aynı zamanda doğa koruma amacıyla beraber, bu amaca aykırı olmayacak şekilde, toplumun rekreasyonel ihtiyaçlarının da karşılanabileceği, ekolojik, ekonomik ve sosyal açıdan da faydalar sağlamaktadır (Kuvan, 1999).

Korunan alanlar öncelikli olarak biyolojik çeşitliliğin ait olduğu kendi alanında korunması gerekliliğinden ortaya çıkmış ve bu yönde yüzyıllardır çalışmalar yapılmıştır. Son dönemlerde çevre bilinci ve duyarlılığın artması, artan nüfus ve kentleşme ile birlikte toplumun doğa ile iç içe olma arzusunun güçlenmesi neticesinde bu kavram daha da önem kazanmıştır. Artan yoğun ilgi karşısında ülkeler “ulusal korunan alan” sistemi üzerine yoğunlaşmış ve mevcut sistemlerini geliştirmek adına çalışmalarda bulunmuşlardır. Dünya genelinde doğaya yönelik artan baskının ve olumsuzlukların neticesinde doğada gerçekleşen yanlış kullanımların önlenmesi, sürdürülebilirlik ilkesine bağlı kalınarak bilimsel teknikler ve yasal düzenlemeler vasıtasıyla yönetiminin sağlanması gibi amaçlarla ülkeler bir araya gelme ihtiyacı duymuş ve korunan alan kavramı yerel, bölgesel, ulusal olmaktan ziyade uluslararası bir önem de kazanmıştır (Kuvan, 1991). Uluslararası ilk doğa koruma girişimi olarak tarihe geçen Avusturya’ da 19110 yılında gerçekleşen 8. Uluslararası Zooloji Kongresinde İsveçli bilim insanı Paul Sarasin tarafından sunulan bildiridir. Bu bildiride Sarasin “Uluslararası Doğa

Koruma Komisyonu” nu kurulması talebinde bulunmuştur. Bu talebin ardından 1913 yılında Berlin’de 13 ülkenin katılımı ile ilk “Uluslararası Doğa Koruma Konferansı” gerçekleştirilmiş ve “Doğa Koruma Komisyonu” ilk defa oluşturulmuştur (Kurdoğlu, 2007).

“Doğa Koruma Kongresi” ikinci kez 1923 yılında Paris’te gerçekleştirilmiştir. Yirminci yüzyıl başlarında modern anlamda koruma alanı yaklaşımları ortaya çıkmaya başlamış ve çeşitli ülkelerde korunan alanlar ilan edilmeye başlamıştır. 1933 yılında Londra’da gerçekleştirilen “Uluslararası Fauna ve Flora Koruma Konferansı” nda Milli park, mutlak doğa koruma alanı, fauna ve flora koruma alanı, avcılık ve toplayıcılığa yasak alanlar olmak üzere dört tür korunan alan ortaya konulmuştur (Dudley, 2008). 1962 yılında 2,4 milyon km² olan söz konusu alanlar, (Emerton, Bishop and Thomas, 2006), 2010 yılında elde edilen verilere göre dünya genelinde 147.000 korunan alanın dünyanın % 13’ünden fazlasını kapsadığı görülmektedir (IUCN, 2011). IUCN 2014 verileri ise günümüzde 200.000 korunan alan olduğunu ve bu alanların karasal ölçekte %14,6, okyanusal ölçekte ise %2,8’ini kapsadığını göstermektedir.

Dünya genelinde yaşanan bu gelişmelere bağlı olarak Türkiye’de alansal olarak koruma “Milli Park” kavramının 1956 yılında 6831 sayılı Orman Kanunu’nun 25. maddesinde yer almasıyla başlamıştır. Korunan alanların statüsünün belirlenmesi birbiriyle bağlantılı ve birbirini destekleyici nitelik taşıyan birçok kanun hükümleri ışığında gerçekleşmektedir. Bu kanunlar; 6831 sayılı Orman Kanunu, 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu, 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu, 2872 sayılı Çevre Kanunu, 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu ve 5915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu’dur (Şen ve Buğday, 2015).

2. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmanın hazırlanması esnasında yerli ve yabancı literatür taranmış, bahsi geçen mevzuatların ilgili hükümleri incelenmiş, ulusal-uluslararası örgüt ve kuruluşların internet sitelerinde yer alan veri ve bilgilerden yararlanılmıştır.

3. BULGULAR

Türkiye, yeryüzündeki 37 ayrı bitki coğrafyası bölgesinden üçünün (Avrupa–Sibirya, Akdeniz ve İran–Turan) kesiştiği coğrafyaya sahip olmasından dolayı zengin bir biyolojik çeşitlilik barındırması ve dünyada acil koruma altına alınması gereken biyolojik çeşitlilik açısından zengin 34 sıcak noktadan üçünü de (Kafkasya, Akdeniz, İran-Anadolu) sınırlarında barındırmasından dolayı korunan alan hususunda önem verilen (verilmesi gerekli) ülke konumundadır (URL-1). Bu başlık altında ilgili mevzuat hükümleri incelenmiş ve korunan alanların hukuki statüsü ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

3.1. 1956 tarih ve 6831 sayılı Orman Kanunu

6831 sayılı Orman Kanunu’nun “Muhafaza Ormanları” başlıklı 23. ve 24. maddeleri ile “Milli Parklar” başlıklı 25. maddesi korunan alanları işaret etmektedir. 23. madde hükmüne göre ormanların muhafaza ormanı olarak ayrılması ya daimi olarak ya da tahribata uğrayan veya yangından dolayı zarar gören ormanların üretim ormanı haline dönüşüncüye kadar muhafaza ormanı olarak ayrılması şeklinde olmaktadır. Ormanların daimi olarak muhafaza ormanı niteliği taşıması yine 23. maddede ifade edilmiştir. Buna göre “Arazi kayması ve yağmurlarla yıkanması tehlikesine maruz olan yerlerdeki ormanlarla, meskûn mahallerin havasını, şose ve demiryollarını, toz ve kum fırtınalarına karşı muhafaza eden ve nehir yataklarının dolmasının önüne geçen veya memleket müdafaası için muhafazası zaruri görülen Devlet ormanları veya maki veya fundalarla örtülü yerler” daimi olarak muhafaza ormanı olarak ayrılabilir. 24. madde hükmünde ise muhafaza ormanı olarak ayrılmak istenen yerin özel mülkiyette bulunması durumunda kamulaştırma yoluna gidileceği işaret edilmektedir.

Anılan kanunun 25. maddesinde ise; Orman Genel Müdürlüğü’nün jeolojik özelliği ve kaynak değerlerinin tespitinin yapıldığı ormanları ve/veya orman sayılan alanları; bilim ve fen açısından yararlanması, doğayı koruma, estetik güzellik sağlama, toplumun rekreasyonel ihtiyaçlarını karşılama, turistik faaliyetlere olanak sağlama amaçlarıyla, milli parklar, tabiat parkları, tabiat anıtları,

tabiatı koruma sahaları ve orman mesire yerleri olarak ayırabileceği, düzenleyeceği, yöneteceği ve gerektiğinde işleteceği ya da işlettireceği üzerinde durulmuştur.

3.2. 1983 tarih ve 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu

2873 sayılı Milli Parklar Kanunu'nun 1. maddesinde kanunun amacı “yurdumuzdaki milli ve milletlerarası düzeyde değerlere sahip milli park, tabiat parkı, tabiat anıtı ve tabiatı koruma alanlarının seçilip belirlenmesine, özellik ve karakterleri bozulmadan korunmasına, geliştirilmesine ve yönetilmesine ilişkin esasları düzenlemektir” şeklinde ifade edilmiştir. Anılan kanun kapsamında korunan alanlar; milli park, tabiat parkları, tabiat anıtı, tabiatı koruma alanı olarak sınıflandırılmış ve tanımları yapılmıştır. Kanunun 2. maddesinde yer verilen tanımlara göre;

Milli Park; “bilimsel ve estetik bakımından, milli ve milletlerarası ender bulunan tabii ve kültürel kaynak değerleri ile koruma, dinlenme ve turizm alanlarına sahip tabiat parçalarını”,

Tabiat Parkları; “bitki örtüsü ve yaban hayatı özelliğine sahip, manzara bütünlüğü içinde halkın dinlenme ve eğlenmesine uygun tabiat parçalarını”,

Tabiat Anıtı; “tabiat ve tabiat olaylarının meydana getirdiği özelliklere ve bilimsel değere sahip ve milli park esasları dâhilinde korunan tabiat parçalarını”,

Tabiatı Koruma Alanı; “bilim ve eğitim bakımından önem taşıyan nadir, tehlikeye maruz veya kaybolmaya yüz tutmuş ekosistemler, türler ve tabii olayların meydana getirdiği seçkin örnekleri ihtiva eden ve mutlak korunması gerekli olup sadece bilim ve eğitim amaçlarıyla kullanılmak üzere ayrılmış tabiat parçalarını” ifade etmektedir.

2873 sayılı kanunda bahsi geçen koruma alanlarının belirlenmesi, planlaması ve kamulaştırılması hususlarına da yer verilmektedir. 2011 yılında yayınlanan 648 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 33. maddesi ile değişik 3. madde hükmüne göre; bir alanın milli park olarak ilan edilebilmesi, Orman ve Su İşleri Bakanlığı tarafından milli park olma özelliklerine sahip alanın tespitinin yapılması, Milli Savunma Bakanlığının “olumlu” görüşü ve Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı ile ilgili bakanlıklarında görüşüne başvurularak Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından yapılacak teklif üzerine Bakanlar Kurulu kararı ile gerçekleşmektedir. Tabiat parkları, tabiat anıtı ve tabiatı koruma alanı ise, eğer tespit edilen alan orman ve orman rejimi dâhilinde ise Orman ve Su İşleri Bakanlığı'nın onayı ile belirlenmektedir. Söz konusu alanların orman ve rejimi dışında yer alması halinde ise Orman ve Su İşleri Bakanlığınca belirlenen yerlerin bahsi geçen statüye alınması için bu alanların orman sayılması adına yine ilgili bakanlıkların görüşüne başvurularak Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından sunulacak teklif üzerine Bakanlar Kurulu tarafından karara bağlanmaktadır. Bu alanlar Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından tescil edilmektedirler.

3.3. 1983 tarih ve 2872 sayılı Çevre Kanunu

2872 sayılı kanunun “Çevrenin Korunması” başlıklı 9. maddesinde korunan alanların hukuki statüsü hakkında geniş bir düzenlemeye yer verilmiştir. Anılan madde hükmüne göre; çevrenin korunması amacıyla, doğal çevrenin oluşumunda ana etken olan biyolojik çeşitlilik ve etkileşim içinde olduğu ekosistemin korunması esastır. Bahsi geçen koruma ve kullanma yönetiminin oluşturulmasında yerel yönetimlerin, üniversitelerin, sivil toplum kuruluşlarının ve ilgili diğer kuruluşların görüşlerine başvurulacağı anılan madde hükmünde düzenlenmiştir.

Ulusal mevzuat ve taraf olunan uluslararası sözleşmeler çerçevesinde korunan alan statüsüne alınan ve ekolojik değeri yüksek hassas alanların her tür ölçekteki planlarda gösterilmesi mecburi tutulmuştur. Bu özellikteki alanların plan kararı dışında kullanılamayacağı kesin olarak ifade edilmiştir.

Anılan kanunun hükmünün d bendinde; “Ülke ve dünya ölçeğinde ekolojik önemi olan, çevre kirlenmeleri ve bozulmalarına duyarlı toprak ve su alanlarını, biyolojik çeşitliliğin, doğal kaynakların ve bunlarla ilgili kültürel kaynakların gelecek kuşaklara ulaşmasını emniyet altına almak üzere gerekli düzenlemelerin yapılabilmesi amacıyla, Özel Çevre Koruma Bölgesi olarak tespit ve ilan etmeye, bu alanlarda uygulanacak koruma ve kullanma esasları ile plân ve projelerin hangi bakanlıkça hazırlanıp

yürütüleceğini belirlemeye Bakanlar Kurulu yetkilidir.” ifadelerine yer verilerek yetkili kuruma işaret edilmiştir.

Aynı kanun hükmünde sulak alanların korunması ve yönetilmesine usul ve esasların ilgili kurumların görüşleri alınarak Bakanlar Kurulunca çıkartılacak yönetmelik ile belirleneceği ifade edilmiştir.

Doğal kaynakların ve varlıklarının korunması, kirliliğinin ve tahribatının önlenmesi ve kalitesinin iyileştirilmesi için gerekli idarî, hukukî ve teknik esasların Bakanlık tarafından belirleneceği hükmüne bağlanmıştır.

Su kaynaklarının ve su ürünleri üretim sahalarının korunarak kullanılmasının sağlanması ve kirlenmeye karşı korunmasının üzerinde durulmuştur. 9. madde hükmünde ülkenin deniz, yeraltı ve yerüstü su kaynaklarının ve su ürünleri istihsal alanlarının korunması hususuna da yer verilmiştir. Atık su yönetimi ile ilgili politikaların oluşturulması ve koordinasyonunun sağlanması yetkisi kanunla Bakanlık sorumluluğuna verilmiştir.

3.4. 1983 tarih ve 2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu

2863 sayılı kanunun 1. maddesinde kanunun amacı; “korunması gerekli taşınır ve taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları ile ilgili tanımları belirlemek, yapılacak işlem ve faaliyetleri düzenlemek, bu konuda gerekli ilke ve uygulama kararlarını alacak teşkilatın kuruluş ve görevlerini tespit etmek” olarak ifade edilmiştir. Kanunun 3. maddesinde yer verilen tanımlarda;

Sit; “tarih öncesinden günümüze kadar gelen çeşitli medeniyetlerin ürünü olup, yaşadıkları devirlerin sosyal, ekonomik, mimari ve benzeri özelliklerini yansıtan kent ve kent kalıntıları, kültür varlıklarının yoğun olarak bulunduğu sosyal yaşama konu olmuş veya önemli tarihi hadiselerin cereyan ettiği yerler ve tespiti yapılmış tabiat özellikleri ile korunması gerekli alanlar” olarak tanımlanmış ve sit alanları korunan alanlar içerisine dâhil edilmiştir.

Doğal (tabii) sit; “jeolojik devirlere ait olup, ender bulunmaları nedeniyle olağanüstü özelliklere sahip yer üstünde, yer altında veya su altında bulunan korunması gerekli alanlar” olarak tanımlanmıştır.

Maddede yer alan tanımların içerisinde “koruma alanı” tanımına da yer verilmiş; “taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının muhafazaları veya tarihi çevre içinde korunmalarında etkinlik taşıyan korunması zorunlu olan alan” olarak tanımlanmıştır.

Anılan kanunun “Korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları” başlıklı 6. maddesinde korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları; “

- a) Korunması gerekli tabiat varlıkları ile 19 uncu yüzyıl sonuna kadar yapılmış taşınmazlar,
- b) Belirlenen tarihten sonra yapılmış olup önem ve özellikleri bakımından Kültür ve Turizm Bakanlığınca korunmalarında gerek görülen taşınmazlar,
- c) Sit alanı içinde bulunan taşınmaz kültür varlıkları,
- d) Milli tarihimizdeki önlemleri sebebiyle zaman kavramı ve tescil söz konusu olmaksızın Milli Mücadele ve Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşunda büyük tarihi olaylara sahne olmuş binalar ve tespit edilecek alanlar ile Mustafa Kemal ATATÜRK tarafından kullanılmış evler” olarak sayılmıştır.

Korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının tespit ve tescil düzenlemeler ilgili kanunun 7. maddesinde yapılmıştır. Yapılan düzenlemeye göre korunması gerekli taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının ve doğal sit alanlarının tespiti Kültür ve Turizm Bakanlığınca ilgili ve etkilenen kurum ve kuruluşların görüşlerine başvurularak gerçekleştirilir. Kültür ve tabiat varlıklarının tarih, sanat, bölge ve diğer özelliklerinin incelenmesi ve değerlendirilmesinin ardından tespiti yapılanlar koruma bölge kurulu kararı ile tescil edilirler.

7. madde uyarınca tescil edilen, korunması gerekli kültür ve tabiat varlıklarının korunma alanlarının tespiti ve bu alanlar içinde inşaat ve tesisat yapılıp yapılamayacağı konusunda karar alma yetkisi, 2863 sayılı kanunun 8. maddesi Koruma Kurullarına verilmiştir.

Mülkiyet çeşidi ve idare yöntemi ne olursa olsun taşınmaz kültür ve tabiat varlıklarının korunmasını sağlamak için gerekli tedbirlerin alınması, aldırılması ve bunların her türlü denetiminin yapılması veya kamu kurum ve kuruluşları ile belediyeler ve valilikler aracılığıyla yaptırılması yetkisi 2863 sayılı kanunun 10. maddesi gereği Kültür ve Turizm Bakanlığı sorumluluğundadır.

3.5. 2003 tarih ve 5915 sayılı Kara Avcılığı Kanunu

5915 sayılı kanunun “Av ve yaban hayvanlarının korunması ve koruma alanları” başlıklı 4. maddesinde; “Yaban hayatı koruma ve geliştirme sahalarında yaban hayatı tahrip edilemez, ekosistem bozulamaz, yaban hayatı koruma ve geliştirme sahaları ile üretme istasyonları dışında da olsa bu sahalara olumsuz etki yapacak tesislere izin verilemez, varsa mevcut tesislerin atıkları artılmadan bırakılmaz, onaylanmış plânlarda belirtilen yapı ve tesisler dışında hiçbir yapı ve tesis kurulamaz, irtifak hakkı tesis edilemez. Bu sahalarda Bakanlıkça gerektiğinde ilave yasaklamalar getirilebilir. Bakanlığın uygun görüşü alınmadan diğer kamu kurum ve kuruluşlarınca yasaklama getirilemez.” şeklinde kesin ifadelerle av ve yaban hayvanlarının korunmasına verilen önem ön plana çıkarılmıştır.

Yaban hayatı koruma ve geliştirme sahaları ile üretme istasyonlarının, orman rejimine giren yerlerde Bakanlık tarafından, orman rejimi dışında kalan yerlerde ise Bakanlar Kurulunca ayrılacağı şekildeki yetki düzenlemesi anılan kanun hükmüyle düzenlenmiştir. Bu sahaların ayrılması ve yönetimine ilişkin esas ve usullerin Bakanlıkça çıkarılacak yönetmelikle belirleneceğine hükmedilmiştir.

3.6. Türkiye’de Yasal Mevzuat Hükümlerine Göre Ayrılan Korunan Alanlar

Türkiye’de korunan alanlar yasal mevzuat hükümlerine ve/veya taraf olunan uluslararası sözleşmelere dayanılarak tespit ve tescil edilmektedir. Yukarıda sıralanan mevzuat hükümleri dışında korunan alanların belirlenmesi için dayanak teşkil eden uluslararası sözleşmeler;

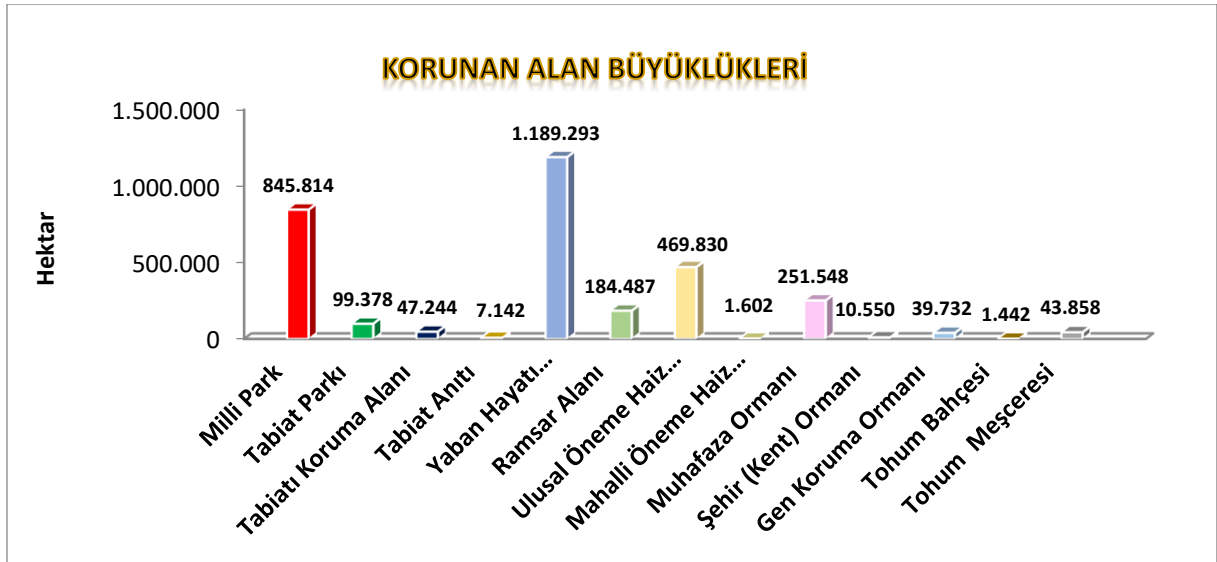
- Avrupa Yaban Hayatı ve Yaşama Ortamlarını Koruma Sözleşmesi (BERN) (1984),
- Uluslararası Öneme Sahip Sulak Alanlar Sözleşmesi (Özellikle Su Kuşları Yaşama Ortamları) (RAMSAR) (1994),
- Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi (CBD) (1997),
- Cartagena Biyogüvenlik Protokolü (2004),
- Nesli Tehlike Altında Olan Yabani Hayvan ve Bitki Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Sözleşme (CITES) (1996),
- Avrupa Peyzaj Sözleşmesi (2001),
- Akdeniz’in Kirliliğe Karşı Korunması (Barselona) (1981) ve
- Özel Koruma Alanları ve Akdeniz’de Biyoçeşitlilik Protokolü Sözleşmesi (1988),
- Karadeniz’in Kirliliğe Karşı Korunması (Bükreş) (1994) ve
- Karadeniz’de Biyolojik ve Peyzaj Çeşitliliğinin Korunması Protokolü Sözleşmesi (2004),
- Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına ilişkin Sözleşme (1983),
- Çölleşmeyle Mücadele Sözleşmesi (CCD) (1998)’ dir (Yalınkılıç, 2010).

Taraf olunan antlaşmalar ile Türkiye korunan alan olarak ayrılan alanlar; Biyogenetik Rezerv Alanları, Dünya Mirası Alanları ve Biyosfer Rezerv Alanlarıdır.

Türkiye’de korunan alan sistemi içerisinde yer alan korunan alanların sayısal verileri (2016 yılı);

Korunan Alan Türü	Korunan Alan Değeri	Sayı
Milli Park	Ulusal	42
Tabiatı Koruma Alanı	Ulusal	30
Tabiat Parkı	Ulusal	209
Tabiat Anıtı	Ulusal	111

Yaban Hayatı Geliştirme Sahası	Ulusal	81
Muhafaza Ormanı	Ulusal	55
Mahalli Öneme Haiz Sulak Alan	Bölgesel	6
Ulusal Öneme Haiz Sulak Alan	Ulusal	38
Ramsar Alanı	Küresel	14
Muhafaza Ormanı	Ulusal	55
Gen Koruma Ormanları	Ulusal	295
Tohum Meşcereleri	Ulusal	330
Tohum Bahçeleri	Ulusal	187
Kent Ormanları	Ulusal	145



Türkiye’de 2873 sayılı Milli Parklar Kanunu kapsamında korunan alanlar mevcut ormanlık alanların %4,33’ü kadardır. Yaban Hayatı Geliştirme Sahaları ülke genel alanın % 1,53’üne tekâmül etmektedir. Gen Koruma Ormanı olarak ayrılan korunan alanlar Türkiye ormanlık alanın % 0,14’üne denk gelmektedir. Tohum Meşceresi olarak ayrılan korunan alan miktarı ise Türkiye ormanlık alanın %0,21’ine denk düşmektedir. Tohum Bahçesi olarak ayrılan alan Türkiye ormanlık alanın % 0,01’i kadardır (Şen ve Buğday, 2015).

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de korunan alanlar bahsi geçen yasal düzenlemeler ışığında yapılmaktadır. Korunan alan statüsüne alınan alanlarda öncelikli olarak biyolojik çeşitliğin ve çevre ekosisteminin korunması hedeflenmektedir. Korunan alan olarak ayrılan alanlar öncelikli amacın gerçekleştirilmesinin yanı sıra toplumun rekreasyonel ihtiyaçlarının karşılanması, ekolojik, ekonomik, kültürel ve tarihsel değerlerin korunması açısından da faydalar sağlamaktadır. Türkiye’de korunan alan statüsüne giren alanlar kanunlarda açıkça ifade edilmiş ve korunan alan sayılması için gerekli kriterler belirlenmiştir. Korunan

alanların belirlenmesi, tespit ve tescilinin yapılması, denetlenmesi gibi yetki ve sorumluluklar yine kanun ile açıkça belirlenmiştir.

Nüfusun artmasına paralel şekilde artış gösteren kentleşme, sanayileşme, kirlilik, doğa tahribatı, doğanın yanlış kullanımı gibi tehditler biyolojik çeşitliliğin ve ekosistemin korunması ihtiyacını her geçen gün önem kazanmaktadır. Korunan alanların sayısı zamanla artış göstermekte, çevre bilinci ve sorumluluğu gün geçtikçe artmakta olan toplumun sağlık, dinlenme, eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamakta ve ekoturizm gibi faaliyetlerle ekonomik olarak gelişmeye katkı sağlamaktadır. Bunun yanında tarihsel, arkeolojik, kültürel olarak toplumun değerlerine sahip çıkılmakta ve korunmaktadır.

Türkiye’de korunan alan olarak ayrılması gerekli bölgelerin tespit ve tescil işlemlerinin kamu yararı taşıması adına hızlandırılması gerekmektedir. Böylece korunan alan sayısı artarak doğal ve kültürel mirasların gelecek nesillere aktarılması sağlanacaktır. Mevcut korunan alanların durumları ve yapılarında iyileştirici düzenlemeler yapılmalı, yeni alanların kaynak değerlerinin tespiti yapılmalıdır. Diğer bir önemli husus da, taraf olunan uluslararası sözleşmeler ile yasal mevzuat hükümleri kıyaslandığında sözleşme hükümlerinin öncelikli olduğu Anayasa hükmünde ifade edilmiştir. Bu hüküm ile uluslararası sözleşme hükümleri ile korunan alanlarda, kesinlikle izin verilmeyen koruma amacı dışı faaliyetlere, izin veren yasal düzenlemelere yer verilmemelidir.

KAYNAKLAR

- Dudley, N. (Editor), 2008. Guidelines for Applying Protected Area Management Categories. Gland, Switzerland:IUCN. x + 86pp. ISBN: 978-2-8317-1086-0.
- Emerton, L., Bishop, J. ve Thomas, L., (2006). Korunan Alanların Sürdürülebilir Finansmanı: Güçlükler ve Seçenekler Üzerine Kapsamlı Bir Değerlendirme-Türkçeye çeviri. IUCN, Gland, İsviçre ve Cambridge, UK. x + 97 pp.
- Kurdoğlu, O., (2007). Dünyada Doğayı Koruma Hareketinin Tarihsel Gelişimi Ve Güncel Boyutu, Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 8 (1), s.59-76.
- Kuvan, Y., (1991). Avrupa Topluluğu Tarafından Yapılan Korunan Alan Sınıflandırması Ve Ülkemizdeki Korunan Alanların Bir Değerlendirmesi, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, C.41, S. 3-4.
- Kuvan Y., (1999). Korunan alan yönetiminin genel esasları ile ülkemizdeki ve Bolu yöresindeki korunan alanların bir değerlendirilmesi, İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, C.49, S.65-79, İstanbul.
- Kuvan, Y., (2005). Korunan alan yönetiminde etkinliğin önemi ve değerlendirilmesi, Korunan Doğal Alanlar Sempozyumu, 8- 10 Eylül, s:81-89, Isparta.
- IUCN, (2014). What are Protected Areas? http://worldparkscongress.org/about/what_are_protected_areas.html Erişim Tarihi: 17.07.2017.
- URL-1: <http://www.milliparklar.gov.tr/korunanalanlar/korunanalan1.htm> Erişim tarihi: 08.07.2017.
- URL-2: <http://www.tabiat.gov.tr/> Erişim tarihi: 05. 07. 2017.
- Şen, G., Buğday, S., (2015). Kastamonu İlinde Çeşitli Statülerde Koruma ve Kullanma Amaçlı Belirlenmiş Alanlar, Kastamonu Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 15 (2), 214-230, Kastamonu.

SÜRDÜREBİLİR BİR ANLAYIŞ İLE İNANÇ TURİZMİNE KUTSAL MEKÂNLARIN KAZANDIRILMASI: HACI MURAD VELİ TÜRBESİ ÖRNEĞİ

Yrd. Doç. Dr. Muharrem AVCI
Kastamonu üniversitesi Turizm Fakültesi,
mavci@kastamonu.edu.tr

Öğr. Gör. Mustafa TECİMEN
Çankırı Karatekin Üniversitesi Meslek Yüksekokulu,
mustafatecimen@karatekin.edu.tr

Eda TECİMEN
edatecimen81@gmail.com

Özet

Son dönemlerde sürdürülebilirlik kavramı tüm alanlara yayılmış ve yansımıştır. Gelişen teknoloji ile seyahatlerin artması, turizm sektöründe önemli bir artış ve devamlı büyüyen bir sektör olmasına sebep olmaktadır. İnsanlar turizm faaliyetini gerçekleştirirken farklı amaç ve istekler doğrultusunda yapmaktadırlar. Bu nedenle turizm çok çeşitli alanlardan oluşmaktadır. Bu turizm alanlarından biri de inanç turizmidir. İnanç turizmi; tüm inanç sistemleri için kutsal sayılan merkezlerin/ mekânların, insanlar tarafından ziyaret edilmesi ve bu ziyaretlerden elde edilen sosyoekonomik bir kazanç olarak tanımlanabilir. Özellikle turizm kapsamının da böyle kutsal mekânların doğal yapısını bozmadan ve dış çevre etkenlerden koruyarak gelecek nesillere aktarılması çok önemlidir. Anadolu, insanlığın varoluşu ile birlikte birçok kültüre ve medeniyete beşiklik etmiştir. Ayrıca topraklarında yıllarca doğusuyla batısıyla birçok kültürü, tarihi ve dini barındırmıştır. Bu çalışma Türkiye'nin İç Anadolu bölgesinde bulunan Çankırı ili için önemli bir değer olan Hacı Murad Veli türbesinin sürdürülebilir turizm kapsamında turizme kazandırılması amacıyla yapılmıştır. Çalışmada öncelikle Hacı Murad-ı Veli'nin Çankırı halkı tarafından ne kadar tanındığı ve nasıl algılandığı incelenmiştir. Sonrasında Hacı Murad-ı Veli türbesinin turizme kazandırılmasını isteyip istemedikleri incelenmiştir. Bu çalışmada yöntem olarak, birincil veriler literatür taraması yoluyla, ikincil veriler ise Çankırı halkı ile anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Sonuçlar SPSS 22 programıyla analiz edilmiştir. Sonuç bölümünde Hacı Murad Veli türbesinin turizm potansiyeli olarak değerlendirilmesi ve turizme kazandırılması ile ilgili öneriler sunulmuştur.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilirlik, İnanç Turizmi, Hacı Murad-ı Veli.

SUSTAINABILITY IS MAINLY BASED ON SACRED PLACES FOR BELIEF TOURISM: A SAMPLE OF HACI MURAD-I VELI TOMB

Abstract

Recently, the concept of sustainability has spread and reflected all over areas. With the advancement of technology and the increase of travels, tourism sector has been developed. So tourism is transforming into a constantly growing sector. People perform tourism activities for a variety of purposes. For this reason, tourism presents diversity. One of the different areas of tourism is belief tourism. Belief tourism can be defined as visits to sites considered sacred for all belief systems and as socioeconomic gains from these visits. It is also very important to keep the natural structure of such holy places and to protect them from external factors. Anatolia has been cradle to many cultures and civilizations. Also, many cultures, history and religion find life on Anatolian lands. This study was carried out in Cankiri province in Turkey's Central Anatolia region and aimed to provide sustainable tourism to Hacı Muradi Veli tomb in Cankiri. For this reason, it has been examined how this person (they call Hacı Muradi Veli) was known and perceived by Çankırı people. In this study, survey method was applied in the first step and literature survey in the second step. The results were analyzed by the SPSS 22 program. In the result part, this tomb is evaluated by tourism potential and various proposals are presented.

Anahtar kelimeler: Sustainability, Belief Tourism, Hacı Murad-ı Veli.

1. GİRİŞ

Sürdürülebilir turizm; destinasyon merkezinin doğasını koruyarak gelecek nesillere daha güzel aktarılması anlamına gelmektedir. Böyle bir süreci verimli yapabilmek için turizm kalkınma faaliyetlerini yaparken yerel halkla bütünleşmek gerekir. Sürdürülebilir turizm doğanın korunmasının yanı sıra kültürel değerlerin korunmasını da kapsamaktadır. (Duran, 2009, s.3) Bir destinasyon merkezinin toplumsal kimliklerini ve kültürel değerlerini korunması turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması için çok önemlidir (Scharpf 1998, 18).

Turizm denilince akla genellikle ilk akla gelen deniz-kum-güneş üçlüsüdür. Turizm bunun yanı sıra birçok alternatif turizm faaliyetlerini de içermektedir. Son dönemlerde gitgide yaygınlaşmaya başlayan bir turizm çeşidi olan inanç turizmi, insanların inançlarını sergileme amacıyla kutsal olarak nitelendirdikleri yerlere seyahat etmeleridir. Özellikle kitle turizmi olarak yaygın olan inanç turizmde hac mevsiminde çok yoğun yapılmaktadır. Bunun sonucu olarak kutsal yerler yüz binlerce kişiye ev sahipliği yapmış ve kitlesel bir hareket olarak kendisini göstermiştir. Günümüzde hac merkezlerinin yanı sıra diğer kutsal yerlere de bireysel ziyaret sayıları artmaktadır.(Tarcan ve Atılğan, 2000 s. 62).

Kutsal yer, tamamen insanlara göre farklılık arz eden ama odak noktasında kutsallık barındıran, gezilip görülmesi gereken, ziyaret edildiği zaman manevi bir haz yaşanan yerlerdir. Kutsal yerler, bir toplumun dini hayatının merkezi olan, insana yol gösteren ve anlamlar yükleyen yerlerdir (Erbas, 2002, s. 98). Dini inanışta kutsal bir yer, insanın Yaradan'ın huzuruna çıktığı yerdir (Ağoğlu, 2009, s. 10). Kutsal yerler, ilahi alemle dünyevi alemin kesiştiği Allah ile insanın bir nevi buluştuğu ve kişinin kendisini ilahi huzurda hissettiği yerlerdir (Sahiner, 2012, s. 17).

İnanç turizmi dinlerce kutsal sayılan beldeleri ziyaret etmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak veya bunları izlemek, hac gibi dinsel görevleri yerine getirmek, kutsal ve ünlü mabetleri görmek amacıyla yapılan ve zaman zamana çok önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm olayıdır(Usta, 2001, s. 18).

Türkler özellikle Anadolu'ya yerleşmeden önce uzun süre göçebe hayat yaşamışlardır. Bu tarz yaşamaları medeniyet olarak "Alp tipi"ni benimsemelerine neden olmuştur. Türklerin İslamiyet'i kabul etmesinden sonra alp tipi ve İslam medeniyeti etkileşimden "Gâzi", "Veli" ve "Ahî" tiplerinin Türk medeniyetinde görülmeye başlanmıştır. Özellikle Veli olarak bilinen zatların Türklerin Anadolu'ya yerleşmesinde hem de İslâm'ın Anadolu'da yayılmasında büyük rol oynadığı bilinmektedir. Bu zatlardan en çok bilinen dört kişiden biri de Hacı Murad-ı Veli'dir. Diğerleri ise Hacı Bektaş Velî, Hacı Bayram Velî ve Şeyh Şaban-ı Velî olduğu bilinmektedir (Çakır, 2015, s. 429).

Hacı Murad-ı Veli Hz. Muhammed'in 18. göbekten torunu ve Horasan erenlerindedir. 12. yüzyılda Türkistan'dan gelerek önce Hicaz, Şam ve Şanlıurfa civarlarında, sonra da Çankırı ve Tosya bölgesine yerleşen Aliyülbeka'nın oğludur. Eldeki kaynaklardan anlaşıldığına göre Hacı Murad-ı Veli 1117'de doğmuş 1187'de Seydi Köyü'ne yerleşmiş. Veli'nin bu bölgede Müslümanlığı yayma çalışmaları olmuştur.

Veli hazretlerinin yaşadığı coğrafyada Seyid olarak bilinmesinin birinci nedeni, uzun süre yaşadığı köyün isminin yıllardır Seydi olarak anılmasıdır. Bu onun Seydiliğine bir nişane olarak kabul edilir diğer bir belirtisi ise köyünde bulunun türbesindeki sandukasının üzerinde bulunan yeşil şeritli sarıktır. Hacı Murad-ı Veli 4 Veliden biridir. Hacı Murad-ı Veli diğer büyük Veliler Hacı Bektaş-ı Veli, Şeyh Şaban-ı Veli ve Hacı Bayram-ı Veli kadar tanınmamaktadır. Hacı Murad-ı Veli Anadolu'daki diğer 4 büyük veli kadar tanınmamasının nedeni ise ilk olarak kendisi hakkında yazılı kaynaklarının bulunmaması kendisinden günümüze ulaşan şiir nesir ya da nutuktan oluşan herhangi bir eseri elimizde bulunmamaktadır. İkincisi ise herhangi bir tarikat silsilesinin içinde yer almamasından kaynaklanmaktadır. Çünkü yaşamış olduğu dönemde tarikat kurumu, Anadolu da henüz tam kurumsallaşmış bir kimliğe sahip değildi. Hacı Murad-ı Veli her kesimden insanı kucaklardı. Bunun sebebi ise onun engin hoşgörüsünden kaynaklanırdı.

Hacı Murad-ı Veli Türbe ve Camii, moloz taştan yapılmış, yalın, ahşap çatılıdır. Cami ve türbe iç içe aynı yapı altındadır. İnşa kitabeleri bulunmadığından yapılış tarihleri bilinmemektedir.

Cami doğu duvarına bitişik türbenin kare planlı ve ahşap tavanlı ön mekanında Hacı Murad-ı Veli'nin oğlu ve kızlarının sandukası ile yörede kutsal sayılan iki göktaş bulunur. Hacı Murad-ı Veli'nin kabrinin bulunduğu asıl türbe kare planlı ve tromp geçişli kubbe ile örtüldür.

1.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma Türkiye'nin İç Anadolu bölgesinde bulunan Çankırı ili için önemli bir değer olan Hacı Murad Veli türbesinin sürdürülebilir turizm kapsamında turizme kazandırılması amacıyla yapılmıştır. Özellikle türbenin bulunduğu Seydi köyü doğal ortamı ve güzellikleri bozulmamış şirin küçük bir köydür. Son dönemlerde özellikle yaz aylarında ziyaretçi sayısı çok aratasına rağmen turistik tesis neredeyse hiç yoktur. Gelen ziyaretçiler genellikle günü birlik ziyaretlerde bulunmaktadır. Bu kapsamda Köyün yapısını bozmadan yapılacak küçük butik oteller ve pansiyonlar köyde konaklamalı bir turizm faaliyetine dönüştürülebilir. Bu da köy halkının ve yerli halkın hem ekonomik hem de sosyo-kültürel açıdan gelişimini sağlayabilir. Tabi bu dönüşümü sağlarken köyün kendine has dokusunu bozmadan yapmak sürdürülebilir turizm açısından çok önemlidir.

1.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın evrenini 81200 kişiden oluşan Çankırı halkı oluşturmaktadır. Maddi olanaklardan dolayı evrenin hepsine ulaşılması zor olduğundan örnekleme yoluna gidilmiştir. Örnekleme seçerken evreni en iyi temsil edecek örnekleme seçmek önemlidir (Nakip, 2005: 164). Bu çalışmada basit örnekleme yoluna başvurulmuştur. Örnekleme sayısını hesaplamak için Taro Yamane'nin (2001) geliştirmiş olduğu formül kullanımı sonucunda n=384 olarak bulunmuştur.

Araştırmada ölçüm aleti olarak anket kullanılmıştır. Toplam 409 anket yapılmıştır. Araştırmamızda izlenen amaç doğrultusunda sorulan sorular, Hacı murad-ı Veli'nin tanınırlığı ile ilgili soruları Işık ve diğerleri tarafından 2009 yılında yapılan çalışmadaki soru formundan yararlanmıştır. Sürdürülebilir turizm kapsamında turizme kazandırılması ile ilgili soruları ise Duran 2009 tarafından yapılan çalışmadaki anket sorularından faydalanarak hazırlanmıştır. Anket toplam 19 sorudan oluşmaktadır. Soru formu 5'li Likert ölçeğine göre düzenlenmiş olup, her bir sorunun verilecek cevaplar, "1= kesinlikle katılmıyorum", "2=katılmıyorum", "3=kararsızım", "4=katılıyorum" ve "5=kesinlikle katılıyorum" şeklinde oluşturulmuştur. Toplam 19 sorudan oluşan ölçek için yapılan güvenilirlik analizi sonucu alfa değeri 0,901 bulunmuştur.

Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
,901	19

Literatüre göre alfa değeri $0,80 \leq \alpha \leq 1$ ise ölçek oldukça güvenilirdir. Yapılan analizde α değeri 0,901 olarak bulunduğu için dolayı ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir. Araştırmada elde edilen verilerin analizi için Spss v20 istatistik programı kullanılmıştır.

2. BULGULAR

Tablo 1: Araştırmaya katılanların demografik özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Erkek	252	61,6
	Kadın	157	38,4
	Toplam	409	100,0
	Evli	205	50,1

Medeni Durum	Bekar	204	49,9
	Toplam	409	100,0
Yaş	20 yaş ve Altı	131	32,0
	21-30 yaş	102	24,9
	31-40 yaş	60	14,7
	41-50 yaş	74	18,1
	51 yaş ve üzeri	42	10,3
	Toplam	409	100,0
Gelir	1400tl ve altı	121	29,6
	1401tl-2000tl	96	23,5
	2001tl-3000tl	57	13,9
	3001tl-4000tl	34	8,3
	4001tl-5000tl	53	13,0
	5001tl ve üstü	48	11,7
	Toplam	409	100,0
Eğitim	İlköğretim	65	15,9
	Lise	110	26,9
	Üniversite	209	51,1
	Lisansüstü	25	6,1
	Toplam	409	100,0

Tablo 1’de katılımcıların demografik bilgileri yer almaktadır. Araştırmaya katılanların % 61,6’sı erkek, % 38,4’ü kadın iken % 50,1’i evli, % 49,9’u ise bekârdır. Katılımcıların % 32,0’i 20 yaş ve altı, %24,9’u 21-30 yaş aralığında %14,7’si 31-40 yaş aralığında %18,1’i 41-50 yaş aralığında %10,3’ü ise 51 yaş ve üstü yaş aralığında yer almaktadır. Aylık gelir seviyesi açısından incelendiğinde katılımcıların % 29,6’sının 1400TL ve altında, %23,5’nin 14001-2000 TL, %13,9’nun 2001-3000TL, %8,3’nun 3001-4000TL, %13,0’ nün 4001-5000TL, %11,7’sinin 5000TL ve üzeri gelire sahip oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılanların %15,9’nun ilköğretim, %26,9’nun lise, %51,1’nin üniversite ve % 6,1’nin lisansüstü düzeyinde eğitime sahip oldukları görülmektedir

Tablo 2: Hacı Murad-ı Veli’nin Tanınma Düzeyi

	n	%
Evet	305	74,6
Hayır	104	25,4
Toplam	409	100,0

Hacı Murad-ı Veli’nin Çankırı halkında tanınma düzeyini tespit etmek amaçlı katılımcılara “hacı muradı veliyi tanıyıp tanımadıklarına” yönelik soru yönelttik bunun sonucunda katılımcıların %74,6’sı evet, %25,4 hayır cevabını vermişlerdir.

Tablo 3: Hacı Murad-ı Veli’nin zihindeki çağrışım biçimi

	n	%
Olumlu	373	91,2
Olumsuz	36	8,8
Toplam	409	100,0

Hacı Murad-ı Veli'nin insanların zihnindeki nasıl çağrışım yaptıklarını ve ayrıca ismini duyduklarında nasıl fikre sahip olduklarını sorduğumuzda ise araştırmaya katılanların % 25,4'ü tanımamasına rağmen hakkında olumsuz düşünceye sahip olanlar sadece % 8,8'dir. Hakkında olumlu düşünenlerin oranı ise % 91,2'dir

Tablo 4: Hacı Muradı Veli zihninde Ne olarak görüyorsun

	n	%
Tasavvuf alimi	201	49,1
Din Adamı	131	32,0
Halk Ozanı	32	7,8
Şair	11	2,7
Kanaat Önderi	22	5,4
Sanatçı	12	2,9
Toplam	409	100,0

Diğer taraftan Hacı Murad-ı Veli ismi duyulduğunda zihinlerinde neyin canlandığı sorusuna verdikleri cevaplar ise şöyledir; %49,1'i tasavvuf alimi, %32,0'ı din adamı, %7,8'i halk ozanı, %2,7'si şair, %5,4'ü kanaat önderi, %2,9'u sanatçı olarak zihinlerinde canlandırmaktadırlar.

Tablo 5: Hacı Murad-ı Veli Türbesini Ziyaret Etme Sayısı

	n	%
1-2	157	38,4
3-4	36	8,8
5-6	40	9,8
7-8	40	9,8
9 ve üzeri	16	3,9
hiç gitmedim	120	29,3
Toplam	409	100,0

Katılımcıların hacı muradı veli türbesini kaç defa ziyaret ettikleri sorulduğunda ise %29,3'nün hiç ziyaret etmediği tespit edilmiştir. Geri kalanların ise %38,4'nün 1-2 defa, %8,8'i 3-4 defa, %9,8'i 5-6 defa, %9,8'i 7-8 defa, %3,9'u 9 ve daha çok defa ziyaret ettikleri saptanmıştır.

Tablo 6: Hacı Murad-ı Veli Türbesinin Nerede Olduğunu Bilip-Bilmemeleri

	n	%
Evet	290	70,9
Hayır	119	29,1
Toplam	409	100,0

Hacı Murad-ı Veli'nin türbesinin nerede bulunduğunu sorduğumuzda Çankırı halkının %29,1' i nerde olduğunu bilmediğini söylemişlerdir. Geri kalan % 70,9'lık kısmı bildiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 7: Hacı Murad-ı Veli Türbesi Turizme Kazandırılmalıdır

	n	%
Evet	381	93,2
Hayır	28	6,8
Toplam	409	100,0

Hacı Murad-ı Veli türbesinin turizme kazandırılmalı mıdır? Sorusuna ise araştırmaya katılanların % 29,1'lik kısmı türbenin nerede olduğunu bilmemesine rağmen turizme kazandırılmasa hakkında olumsuz düşünceye sahip olanlar sadece % 6,8'dir. Geri kalan % 93,2'lik kısmı ise Hacı Murad-ı Veli türbesinin turizme kazandırılması desteklemektedir.

Tablo 8: Hacı Muradı Veli Türk kültürünün önemli figürlerinden biridir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	20	4,9
Katılmıyorum	16	3,9
Kararsızım	56	13,7
Katılıyorum	230	56,2
Kesinlikle katılıyorum	87	21,3
Toplam	409	100,0

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi Hacı Murad-ı Veli'nin Türk kültürünün önemli figürlerinden biri olduğunu düşünen katılımcılar %77,5'dir. Diğer yandan %8,8'i ise Hacı Murad-ı Veli'nin Türk kültürünün önemli figüranlarından biri olmadığını düşünmektedir. %13,7'si ise bu konuda kararsız olduklarını belirtirler.

Tablo 9: Hacı Muradı Veli Türk kültürüne önemli katkıları vardır.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	23	5,6
Katılmıyorum	20	4,9
Kararsızım	32	7,8
Katılıyorum	252	61,6
Kesinlikle katılıyorum	82	20,0
Toplam	409	100,0

Katılımcıların büyük bir oranı %81,6'sı Hacı Murad-ı Veli'nin Türk kültürüne önemli katkıda bulunduğunu düşünmektedir. %10,5'ise Hacı Murad-ı Veli'nin Türk kültürüne önemli katkıda bulunmadığını düşünmektedir. %7,8'i ise kararsızdır.

Tablo 10: Hacı Muradı Veli yeterince tanınmaktadır.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	144	35,2
Katılmıyorum	109	26,7
Kararsızım	40	9,8
Katılıyorum	104	25,4
Kesinlikle katılıyorum	12	2,9
Toplam	409	100,0

Hacı Murad-ı Veli yeterince tanınmıyor mu diye sorulduğunda %28,3'ü yeterince tanındığını fakat diğer yandan %61,9'nun ise Hacı Murad-ı Veli'nin yeterince tanınmadığı düşünmektedir.%9,8'i kararsız olduğunu belirtti.

Tablo 11: Hacı Muradı Veli yeni nesile yeterince anlatılmaktadır.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	141	34,5
Katılmıyorum	108	26,4
Kararsızım	40	9,8
Katılıyorum	72	17,6
Kesinlikle katılıyorum	48	11,7
Toplam	409	100,0

Büyük bir oranda görülüyor ki Hacı Murad-ı Veli yeni nesle yeterince anlatılmamaktadır. %60,9'u yeni nesle yeterince anlatılmadığını, %29,3'ü yeni nesle yeterince anlatıldığı düşünmektedir. Bu konuda % 9,8'i kararsız olduklarını belirtti.

Tablo 12: Hacı Muradı Veli tanıtımı yeterli çalışmalar yapılmaktadır.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	112	27,4
Katılmıyorum	181	44,3
Kararsızım	24	5,9
Katılıyorum	60	14,7
Kesinlikle katılıyorum	32	7,8
Toplam	409	100,0

Hacı Murad-ı Veli tanıtım çalışmalarının yeterli olmadığını düşünen katılımcıların büyük bir oranını kapsamaktadır. %71,7'si tanıtımın yeterli olmadığını düşünmekte, %22,5'i ise Hacı Murad-ı Veli'nin tanıtım çalışmalarının yeterli olduğunu düşünmektedir.%5,9'u ise kararsızdır.

Tablo 13: Seydi Köyde dinler için önemli olan kutsal yer ve yapıların restorasyonu sağlanarak kullanıma açılması sürdürülebilir turizm açısından önemlidir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	8	2,0
Katılmıyorum	12	2,9
Kararsızım	24	5,9
Katılıyorum	213	52,1
Kesinlikle katılıyorum	152	37,2
Toplam	409	100,0

Yukarıda ki tabloda sürdürülebilir turizm açısında kutsal yapıların restorasyonu önem kazandırdığını düşünenlerin oranı fazlasıyla yüksek olduğu görülmektedir. %89,3'ü bu konuya katıldıklarını, %4,9'u katılmadıklarını, %5,9'u ise kararsız oldukları belirtmektedirler.

Tablo 14: Seydiköyü' nde sürdürülebilir turizm gelişimi sadece yerel yönetim ve turizm işletmecileri tarafından yönlendirilmelidir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	48	11,7
Katılmıyorum	96	23,5
Kararsızım	64	15,6
Katılıyorum	117	28,6
Kesinlikle katılıyorum	84	20,5
Toplam	409	100,0

Seydi köyünün sürdürülebilir turizm açısından gelişimi turizm işletmeleri tarafından yapılmasını düşünen katılımcıların %49,1'i katıldıklarını, %35,2'si katılmadıklarını, %15,6'sı ise bu konuya kararsız olduklarını belirttiler.

Tablo 15: Sürdürülebilir turizm gelişimi için köy halkının turizm gelişiminden uzak tutulmaması ve toplumun her kesiminin katılımının sağlanması gereklidir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	12	2,9
Katılmıyorum	16	3,9
Kararsızım	36	8,8
Katılıyorum	217	53,1
Kesinlikle katılıyorum	128	31,3
Toplam	409	100,0

Sürdürülebilir turizmin gelişimi için köy halkının turizm gelişiminden uzak tutulmaması gerektiğini ve çevreden katılımın sağlanmasını düşünen katılımcıların %84,4'ü bu konuya katılmakta, %6,8'i ise bu konuya katılmamaktadır. Geriye kalan %8,8'inde kararsız oldukları görülmektedir.

Tablo 16: Sürdürülebilir turizm gelişimi için kitle turizminden çok, köyün özgün mimari, çevresel ve kültürel değerleri ön plana çıkarılmalıdır.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	12	2,9
Katılmıyorum	36	8,8
Kararsızım	48	11,7
Katılıyorum	201	49,1
Kesinlikle katılıyorum	112	27,4
Toplam	409	100,0

Yukarıda ki tabloda %76,5'i sürdürülebilir turizmin gelişimi için kitle turizminden çok o bölgenin özgün mimari, çevresel ve kültürel değerlerin ön planda olması gerektiğine inanmaktadır.%11,7'si ise bu konuya katılmamaktadır. %11,7'si kararsız kalmaktadır.

Tablo 17: Köy turizminin sağlıklı gelişimi için köy kültürü ve kimliği korunmalıdır.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	8	2,0
Katılmıyorum	12	2,9
Kararsızım	24	5,9
Katılıyorum	180	44,0
Kesinlikle katılıyorum	185	45,2
Toplam	409	100,0

Köy kültür ve kimliğinin korunması sonucu o bölgenin turizm açısından sağlıklı gelişimi için katkı sağlayacağını düşünen oran oldukça fazladır. Bu konuya %89,2'si katıldıklarını, %4,9'u katılmadıklarını,%5,9'u kararsız kaldıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 18: Mimari kimlik korunmalı, büyük oteller yerine mimari kimliği koruyan ve yasatan küçük pansiyonlar özendirilmelidir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	4	1,0
Katılmıyorum	8	2,0
Kararsızım	16	3,9
Katılıyorum	176	43,0
Kesinlikle katılıyorum	205	50,1
Toplam	409	100,0

Mimari kimlik korunması, büyük oteller yerine mimari kimliğin bozulmadığı küçük pansiyonların inşa edilmesine yönelik özendirmeler yapılması gerektiğine katılanların oranı %93,1'dir. %3,00'ü ise buna katılmamakta, %3,9'u kararsız olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 19: Köyde sürdürülebilir turizm gelişimi, sadece ekolojik değil, mimari, toplumsal ve kültürel değerlerin de korunmasıyla mümkündür.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	4	1,0
Katılmıyorum	16	3,9
Kararsızım	24	5,9
Katılıyorum	164	40,1
Kesinlikle katılıyorum	201	49,1
Toplam	409	100,0

Seydiköyü'nde sürdürülebilir turizm gelişimi için sadece ekolojik değil, mimari, toplumsal ve kültürel değerlerin korunmasıyla gerçekleşebileceğine inanların oranı %89,2'dir. Bu konuya katılmayanların sayısı %4,9 iken kararsız olanlar ise %5,9'dur.

Tablo 20: Köyde turizm gelişimi tamamen devlet eliyle yürütülmelidir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	48	11,7
Katılmıyorum	72	17,6
Kararsızım	141	34,5

Katılıyorum	112	27,4
Kesinlikle katılıyorum	36	8,8
Toplam	409	100,0

Yukarıdaki tabloda köyde oluşan turizm gelişiminin sadece devlet eliyle yönetilmesi gerektiğini savunanlar %36,2 iken, bu görüşe katılmayanlar %29,3 ve bu görüş hakkında kararsız kalanlar %34,5'tir.

Tablo 22: Sürdürülebilir turizm kapsamında doğal ve kültürel çevrenin korunması ve halkın turizmden pay alabilmesi için alternatif turizm türleri teşvik edilmelidir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	12	2,9
Katılmıyorum	8	2,0
Kararsızım	12	2,9
Katılıyorum	193	47,2
Kesinlikle katılıyorum	184	45,0
Toplam	409	100,0

Sürdürülebilir turizm kapsamında alternatif turizm türleri teşvik edilerek doğal ve kültürel yapının korunması ve halkın turizmden pay almasını sağlayacağını düşünen ve buna katılan %92,2 oranında katılımcı, %4,9 katılmayan katılımcı ve %2,9 kararsız kalan katılımcı oluşturmaktadır.

2. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmanın sonuçlarına göre Hacı Murad-ı Veli'nin Çankırı halkının %74,6'sı tanımaktadır. Buna rağmen Hakkında olumlu düşünenlerin oranı ise % 91,2'dir. Katılımcıların Hacı Murad-ı Veli'nin Türk kültürünün önemli figürlerinden biri olduğunu düşünenler %77,5 ve %81,6'sı da Hacı Murad-ı Veli'nin Türk kültürüne önemli katkıda bulunduğunu düşünmektedir. Halkın %61,9'u ise Hacı Murad-ı Veli'nin yeterince tanınmadığı düşünmektedirler. Katılımcıların %60,9'u yeni nesle yeterince anlatılmadığını ve %71,7'si tanıtımın yeterli olmadığını düşünmektedir. Bu sonuçlara göre halk Hacı Murad-ı Veli'nin daha iyi tanıtılmasını istemektedir. Hatta Hacı Bektaş Velî, Hacı Bayram Velî ve Şeyh Şaban-ı Velî gibi zatlar kadar ünlü olmasını istemektedirler. Tabi buda Çankırı ilini yöneten kişilerin bu değeri daha ön plana çıkarması il mümkündür.

Araştırmaya katılanların % 93,2'lik kısmı Hacı Murad-ı Veli türbesinin turizme kazandırılmasını desteklemektedir. %89,3'ü sürdürülebilir turizm açısından kutsal yapıların restorasyonu önem kazandırdığını düşünmektedir. Köy kültür ve kimliğinin korunması sonucu o bölgenin turizm açısından sağlıklı gelişimi için katkı sağlayacağını düşünen oranı %89,2'yle oldukça fazladır. Mimari kimlik korunması, büyük oteller yerine mimari kimliğin bozulmadığı küçük pansiyonların inşa edilmesine yönelik özendirmeler yapılması gerektiğine katılanların oranı %93,1'dir. Seydiköyü'nde sürdürülebilir turizm gelişimi için sadece ekolojik değil, mimari, toplumsal ve kültürel değerlerin korunmasıyla gerçekleştirilebileceğine inanların oranı %89,2'dir.

Araştırma sonuçlarına göre Çankırı halkı Hacı Murad-ı Veli hakkında olumlu düşünmekte ve kendileri için önemli olduğunu belirtmektedirler. Ama aynı zamanda yeteri kadar değer verilmediğini ve yeterince tanıtımı yapılmadığını belirtmişlerdir. Katılımcılar özellikle köyün kültür ve kimliği bozulmadan yapılacak her türlü turizm faaliyetine sıcak bakmaktadır. Seydiköyü iyi bir fizibilite çalışması ve planlı bir şekilde turizme kazandırılmalıdır. Bu faaliyetler yapılırken halk, devlet yetkilileri, turizm özel sektör yetkilileri bir araya gelerek hep birlikte hareket etmelidirler.

KAYNAKÇA

- Ağoğlu, Z.E. (2009). Dini Ziyaret Yerleri ve Halk İnanışları Açısından Kızılcahamam-Çamlıdere. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Çakır, Ö. (2015). Tarih İçinde Müslüman Türk Tıp(ler)i ve Hacı Murâd-ı Vefî Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Çankırı.
- Duran, E. (2009). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği. Doktora Tezi Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Erbas, A. (2002). İslam Dışı Dinlerde Hac. İlahiyat Fakültesi Dergisi, 5, ss. 97-120.
- Nakip, M. (2005). Pazarlama araştırmalarına giriş (SPSS Destekli). (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Şahiner, T. (2012). İnanç Turizmi Potansiyeli ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından Karaman. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Karaman.
- Scharpf, H. (1998). Sürdürülebilirlik Açısından Bölgesel ve Yerel Yönetimlerin Turizm Politikasındaki Görevleri. 21. Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları, Editör, Semra ATABAY, Uluslararası Turizm Sempozyumu, 16-17 Aralık.
- Tarcan E. Ve Atılđan E., 2000 Yılına Doğru Türkiye'nin İnanç Turizmi Açısından Önemi ve Antalya'da Faaliyet Gösteren Seyahat Acentaları Üzerine Bir Araştırma, İki Binli Yıllara Girerken Kapadokya'nın Turizm Değerlerine Bir Bakış, Erciyes Üni. Matbaası, Kayseri 1999, s. 62.
- Usta Ö. , "Genel Turizm", Anadolu Matbaacılık, İzmir 2001, s. 18
- Yamane, T. (2001). Temel örnekleme yöntemleri. (Çeviri: A. Esin, M. A. Bakır, C. Aydın, E. Gürbüzsəl). İstanbul: Literatür Yayınları.

TARİHİ YAPILARDA YENİ İŞLEV ÖNERİLERİNİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ VE TURİZM OLGUSUNA KATKISI: KASTAMONU ÖRNEĞİ

Yrd. Doç Dr. A. Esra BÖLÜKBAŞI ERTÜRK
Karabük Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Mimarlık
Bölümü
esrabolukbasi@karabuk.edu.tr

Öğr. Gör. Ertan ERTÜRK
Karabük Üniversitesi, Safranbolu MYO, Tasarım
Bölümü,
İç Mekan Tasarımı
Programı
ertanerturk@karabuk.edu.tr

Gökçen GÖKGÖZ
Mimar
gkgz.gkcn@gmail.com

Özet

Kastamonu Beylikler ve Osmanlı döneminde yönetim merkezi olmasının yanında fikirseld açıdan da önemli bir tarihi merkezdir. Ayrıca Kastamonu'nun İpek Yolu üzerinde bulunması bölgeye ayrı bir önem katmaktadır.

Kastamonu'da Beylikler ve Osmanlı döneminde inşa edilen pek çok yapı, günümüzde restorasyonu tamamlanıp yeni bir işlevle kullanılmaktadır. Tarihi yapılarda aktif-pasif yaşatma olarak ele alabileceğimiz bu yöntemin uygulandığı çoğu yapının işlevi güncel ihtiyaçlara cevap verecek şekilde, turizm odaklı tanımlanmıştır. Çobanoğulları, Candaroğulları ve Osmanlı dönemlerine ait bedesten, han, hamam, konak gibi tarihi ve geleneksel yapıların restorasyon sonrası turizmle ilişkilendirilerek kullanılması, Kastamonu'nun sosyo-ekonomik yapısına değer katmasının yanı sıra tarihi kent niteliğini korumasına da katkı sağlamaktadır. Kente ait korunan değerler, geleneksel yaşantıyı en gerçekçi biçimiyle yansıtmaktadır. Son şekline Osmanlı döneminde kavuşan tarihi kent dokusu, bu değerleriyle başta kültür turizminin yanı sıra alternatif turizm olanaklarıyla da öne çıkmaktadır.

Bu bildirinin amacı, Kastamonu tarihi kent merkezinde restorasyonu tamamlandıktan sonra yeni işlev kazandırılan tarihi yapıların sürdürülebilirliğini sağlayacak mimari kurgu ve tasarımsal niteliklerin disiplinler arası alanda ele alınıp, turizmle bağlantılı olarak değerlendirilmesidir.

Anahtar Kelimeler: Kastamonu, Tarihi Kent Dokusu, Kültürel Miras, Sürdürülebilirlik, Turizm.

Abstract

Apart from Kastamonu was a center of administration in the period of Beyliks and Ottoman, it is a significant historic center from a ideological perspective. Moreover, being on the Silk Road gave an important value to the Kastamonu district.

Many buildings, built in the period of Beyliks and Ottoman in Kastamonu, are now being restored and used with a new functions. It is defined that practising the method of active-passive revitalisation in historical buildings, many structures can be focus on tourism and satisfy the current needs. The usage of historical and traditional buildings related tourism like covered bazaar, inn, hammam (Turkish bath), townhouse (konak), that built in the period of Çobanoğulları, Candaroğulları and Ottoman, enriches socio-economic system and conserves quality of historical town of Kastamonu after restoration. Protected values of city reflect the traditional way of life in the most realistic way. Historical urban fabric, that reached final form in the period of Ottoman, becomes prominent with especially cultural tourism and alternative tourism facilities.

The aim of this paper is to embrace interdisciplinary area of architectural fiction and design features for providing the sustainability and to evaluate them related with tourism that have been gained a new functions of the historical structures after restoration in Kastamonu's historical city center.

Key Words: Kastamonu, Historical Urban Fabric, Cultural Heritage, Sustainability, Tourism.

GİRİŞ

Kastamonu Batı Karadeniz bölgesinde bulunup, doğusunda Sinop, güneydoğusunda Çorum, güney ve güneybatısında Çankırı, batısında Zonguldak, kuzeyinde ise Karadeniz yer almaktadır. 35° 48" ve 42° 00" kuzey enlemleri ile 32° 43" ve 34° 37" doğu boylamları arasındadır.

Yapılan araştırmalar Kastamonu'nun tarihinin Paleolitik döneme kadar indiğini göstermektedir. Bölgede MÖ 1200'lerde Hititlerin, Friglerin MÖ 500'lerde Pers İmparatorluğu'nun, MÖ 300 yıllarında Pontus Krallığının kurulduğu bilinmektedir. MÖ 90'lı yıllara kadar Pontus krallığının elinde kalan Kastamonu bu tarihten sonra Roma İmparatorluğunun egemenliğine girmiştir. Roma döneminde bölge Paflogonya adını almıştır. Taşköprü ilçesinin yakınındaki Zımbıllı Tepesi olarak anılan mevkii Pompeiopolis adını alarak Paflogonya eyaletinin merkezi olmuştur. Kastamonu Roma İmparatorluğu'nun MS 395 yılında ikiye ayrılması sonucu Doğu Roma toprakları içinde kalmıştır. MS 11-12. yüzyılda Bizans İmparatorluk ailelerinden Komnenoi'ye ait bir yerleşim olarak karşımıza çıkan kent, Komnenoi Hanedanlığı zamanında kalenin yapılması ile bir kale kent görünümünü almıştır. 1084 yılı itibarıyla Emir Kara Tigin Bey komutasındaki Türklerin eline geçer. 1211 yılına kadar Bizanslıların ve Türklerin arasında sürekli el değiştirir.

Kastamonu'nun, bugün var olan kent dokusunun temelleri Çobanoğulları Beyliğinin bölgeye hakimiyeti ile 13. yüzyılın 2. yarısından itibaren oluşmaya başlamıştır. 1309 yılında Kastamonu merkezli Candaroğlu Beyliği kurulmuştur. Candaroğulları'ndan İsmail Bey döneminde en güçlü dönemini yaşayan Kastamonu 1461 tarihinde Fatih Sultan Mehmet tarafından Osmanlı Devleti'nin sınırlarına dahil edilerek sancak haline getirilmiştir. Bu siyasi yapısını uzun süre koruyan Kastamonu, Cumhuriyet döneminde bugünkü sınırlarına kavuşmuştur (Behçet, 1925; Yaman, 2003). (Şekil 1)¹⁷

TARİHİ YAPILARDA YENİ İŞLEV

Zaman içerisinde değişime uğrayan yaşam biçimi ve buna bağlı ihtiyaçlar nedeniyle tarihi yapılar orijinal işlevlerini yitirmektedir. Bu nedenle geçmişten günümüze gelindiğinde tarihi yapıların her çağın gereksinimlerine uygun farklı fonksiyonlara cevap verebilmek için yeniden işlevlendirilmeleri gerekmektedir. Kervansaray, han, hamam gibi yapı türleri orijinal işlevlerini sürdüremedikleri için günümüze uygun farklı işlevlerle kullanılmaktadır.

Orijinal işlevini sürdürebilen tarihi yapılar ise günümüzün modern hayat koşullarına uygun konfor ve teknolojiye sahip olmayışları ve mekânsal yetersizlikleri nedeniyle işlevsel olarak eskimiş ve yaşanmaz bir hale gelmiştir. Bu tür yapılara hükümet konağı, cezaevi, sıbyan mektebi gibi tarihi yapıları örnek verebiliriz. Tarihi yapılara yeni işlev verilmesini gerektiren nedenleri göz önünde bulundurduğumuzda koruma sürecinin saklama ve onarma tekniklerinin uygulanmasıyla birlikte işlevsel yaşatma tekniğinin önemli bir tamamlayıcı olduğu görülmektedir. İşlevsel yaşatma tarihi yapının sürekliliğini ve gelecek kuşaklara korunarak aktarılmasını sağlamaktadır. İşlevsel yaşatmada çözümleme iki şekilde olmaktadır.

Son yıllarda yapılan araştırmalarda tarihi yapılarda koruma yöntemlerinin belirlenmesinde yapısal ve işlevsel yaşatma başlıkları altında, yapılara ilişkin uygulanması gereken süreçler değerlendirilmiştir (Yazıcı, 2010, s.11-14). Tarihi yapılara yeni bir işlev vererek yaşatılması ve bu şekilde sürdürülebilirliğin sağlanması aktif yaşatma ya da pasif yaşatma olarak iki yöntemle ele alınmaktadır (Özer, 1979, s.35; Ertürk 1999, s.65).

Pasif revitalizasyon olarak da isimlendirebileceğimiz pasif yaşatma, tarihi yapının mekanlarında sanat ve zanaat dallarını barındıran müzeler halinde yararlanılmasını mümkün kılacak şekilde korunmalarını öngörür. Pasif yaşatmada tarihi yapının kendisi doğal bir müze olmakla birlikte içinde arkeolojik, etnoğrafik eserlerin sergilendiği ya da kent kültürünün yansıtıldığı bir müze de olabilir. Müzede sergilenecek eserlerin düzenlenmesinde tasarımsal ve işlevsel faktörler göz önünde bulundurulur.

¹⁷ Bu çalışmada ele alınan Kastamonu'daki yapıların eski fotoğraflarını temin eden Sayın Murat Karasalihoğlu'na teşekkür ederiz.

Aktif revitalizasyonda, yani aktif yaşatma yönteminde, tarihi yapıya, çağdaş bir işlev vermek ve çağdaş “yaşamı” etkin olarak katmak söz konusudur. Bu nedenle aktif yaşatmayı başarıyla gerçekleştirebilmek amacıyla restorasyonun gerektirdiği çeşitli işlem ve yöntemler uygulanır. Tarihi yapıya yeni işlev verilmesi söz konusu olduğunda işlev seçimini etkileyen faktörlere bakmak gerekir. Buna göre;

- Tarihi yapı tek hacimden oluşabilir. (Örnek: Sıbyan mektebi ya da tek hacimli dükkan).
- Tarihi yapı tekrarlanan hacimlerden oluşabilir (Örnek: Han ve kervansaraylar).
- Yapı karmaşık bir plan şeması gösterir. (Örnek: Külliye).
- Tarihi binanın hacimsel boyutu söz konusu olduğunda bina kat düzeyleri ve yükseklikleri açısından ele alınır.
- Yapıda işlevsel açıdan mekanlar arası ilişkilerin kurgusuna bakılır. Burada tarihi yapının mekanları arasındaki geçişlerin ve sirkülasyonun nasıl biçimlendiği görülür.
- Tarihi yapının konumu da işlev kararının verilmesini etkileyen faktörlerden biridir.

KASTAMONU’DA TARİHİ YAPILARDAKİ İŞLEV DEĞİŞİKLİĞİNE ÖRNEKLER

Kastamonu tarihi kent merkezini oluşturan yapılar içinde 912H./1506-7 M tarihli (Gökoğlu, 1952s.203-204) Nasrullah Kadı Camii etrafındaki Münire Medresesi, köprü ve meydanda bulunan şadırvan ile külliye olarak tanımlanmakta ve bu yapı grubunu Aşir Efendi Hanı, İsmail Bey Hanı, Balkapanı Hanı Cem Sultan Bedesteni ve Frenkşah Hamamı çevreleyerek tarihi meydanı oluşturmaktadır. Burası Cumhuriyet dönemine kadar kentin ana meydanı olup, daha sonra tarihi ve turistik kent meydanı olarak cazibe merkezi haline gelmiştir. (Şekil 2-3)

Konumuz kapsamında bu alanda restorasyonu tamamlandıktan sonra farklı bir işlev verilen yapıların güncel durumlarına baktığımızda;

1159H./1749M. yılında Nasrullah Camii’nin güneyine, Reis-ül Küttap Hacı Mustafa Efendi tarafından Münire Medresesi ve kütüphane binası ilave edilmiştir (Behçet, 1925, s.106). Vakıflar Genel Müdürlüğü Arşivi, 2401 numaralı defter, sayfa 333’de yer alan 1747 tarihli vakfiye suretinde Mustafa Efendi’nin Nasrullah Camisi’nin onarımını gerçekleştirmesinin yanı sıra, medrese ve kütüphane yaptırdığı da kayıtlıdır (Bilici, 1991, s.88). Medresenin avlusunda yer aldığı bilinen alt katı kagir, üst katı ahşap dersane 1952 yılı öncesinde yıkılmıştır (Gökoğlu, 1952, s.344). 21 odalı medrese uzun yıllar vakıflar öğrenci yurdu olarak kullanılmıştır. Günümüzde geleneksel el sanatlarını üretilip, satışının yapıldığı el sanatları çarşısı olarak kullanılmaktadır. (Şekil 4a-4b-4c)

Aktarlar Çarşısı mevkiinde bulunan İsmail Bey Hanı (Kurşunlu Han), Candaroğlu İsmail Bey’in 865H./1460-61M. tarihli vakfiyesindeki "Kastamonu merkezde Aktarlar Çarşısı’nda inşa ettirdiği yapılar" arasında bu yapının da adı geçmektedir (Yaman,1935, s.11). Hanın giriş katındaki mekanlar ahır ve depo olarak kullanılmıştır. Üst katta 29 tane oda bulunmaktadır. Restorasyonu tamamlandıktan sonra konaklama amaçlı işlev kazandırılmıştır. Kastamonu tarihi ticaret yolları üzerinde bulunduğundan şehir içi hanlarının çok sayıda olması dikkat çekicidir. Konaklamanın yapılmadığı şehir içi hanlarında üst kat tüccarlar tarafından yazıhane, alt kat ise depolama amaçlı kullanılmıştır. (Şekil 5a-5b-5c)

Balkapanı (Penbe Han), 1481-1512 yılları arasında inşa edilmiş olup, burada pamuk ticaretinin yanı sıra bal ticareti de yapılmıştır (Gökoğlu, 1952, s.352). 1958 yılında geçirdiği yangın sonucu uzun yıllar atıl halde kalan hanın, 2003-2009 yılları arasında Vakıflar Genel Müdürlüğü’nce restorasyonu tamamlanmıştır. Restorasyon sırasında hanın temel izlerinden yola çıkılarak odaları ve duvarları tamamlanmış, döşemeler yenilenmiş, üst kat revak kısmının ahşap korkulukları ile revak kısmının tavan kaplaması yenilenmiştir. (Asar, 2011, s.91). Restoran olarak işlev kazandırılan yapı bu şekilde faaliyetini günümüzde de sürdürmektedir. (Şekil 6a-6b-6c)

Kitabesi bulunmayan Cem Sultan Bedesteni’nin 1113 H./1701-2 M. tarihli şerhiye sicil kaydından Cem Sultan’ın vakfına ait olduğu ve Devrekani’deki dükkanların da bedestene vakfedildiği öğrenilmektedir. Ancak Cem Sultan’ın Kastamonu Sancak Beyi olduğu dönemde 1469 – 1479 yılları arasında inşa

edildiği anlaşılmaktadır. 1800 yılında geçirdiği yangın nedeni ile halk arasında “Karanlık Bedesten” olarak adlandırılmıştır. 1802 yılında tamir gören yapı, 1951 yılında yapılan tamirat sonrasında ise hâl olarak kullanılmıştır. (Bilici, 1991, s.132-135, dipnot 2, Eyüpgiller, 1999, s.126, dipnot 564, Asar, 2011, s.82). Yapılan onarımlar sonucunda günümüze on dört dükkânı ile gelebilen bedesten, önceleri alışveriş merkezi olarak işlev kazandırılmış olup mevcut kullanımı restoran olarak düzenlenmiştir. (Şekil 7a-7b-7c)

Kastamonu'nun Çobanoğulları tarafından fethedilmesinin ardından yapılan ilk binalardan biri olduğu bilinen Frenkşah Hamamı, Hepkebirler Mahallesinde, Nasrullah Caminin Kuzeyinde yer almaktadır. Yapı 661H./1262-3M. yılında Emin Cemalettin Frenkşah tarafından çifte hamam olarak yaptırılmıştır. Çifte Hamam, etrafındaki dokuz dükkânla birlikte, Cemalettin Frenkşah tarafından yaptırılan mescit ve türbeye vakfedilmiştir (Behçet,1925 s.109-110). Günümüze kadar sadece bir kısmı ayakta kalabilmiş, orijinal plan özelliklerinden büyük ölçüde kayıplar vermiştir. Ayakta kalan kısmı, üç eyvanlı ve kubbeli üç halveti bulunan kare planlı sıcaklık kısmının üzeri kubbe ile örtülüdür. (Bilici,1991, s.137, Eyüpgiller, 2005, s.643). Frenkşah Hamamı, 1935 yılına kadar yol kotunun altında kalmıştır. 1950 yıllarında kapı ve kubbe çukurları doldurularak arsa haline getirilmiştir (Gökoğlu, 1952, s.363,) 1964 yılında sıcaklık kubbe tekrar inşa edilmiş olup 1979 yılında yapının güney cephesine kapı açılmıştır (Eyüpgiller, 2005, s.644). Yapı bir dönem yöresel mutfak kültürüyle ilgili faaliyet gösterirken daha sonra bitkisel ürünler satış noktası olarak kullanılmaya başlanmıştır. (Şekil 8a-8b)

İttihat ve Terakki Cemiyeti binası olarak tasarlanan Kastamonu Arkeoloji Müzesi, 1917–1922 tarihleri arasına tarihlenmektedir (Eyüpgiller, 1999, s.216). 1940'lı yıllara kadar Türk Ocağı, Halk Fırkası, İstiklal Mahkemeleri binası olarak kullanılmıştır. İki bölümden oluşan kagir yapı, 1950 yılında geçirdiği onarımlar sonrasında müze olarak kullanılmaya başlanmıştır (Topçubaşı, 2009, s.168). Günümüzde Arkeoloji Müzesi olarak işlevlendirilmiştir. (Şekil 9)

Liva Paşa Konağı 1879–1881 yılları arasında Kastamonu Askerlik Şubesi Başkanı olan Mir Liva Sadık Paşa tarafından bodrum kat üzerine üç katlı konut olarak yaptırılmıştır. Zemin kat kagir, diğer katlar ahşaptır. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 1978 yılında kamulaştırıldıktan sonra restorasyonu tamamlanarak 1997 yılında Kastamonu Müzesi'ne bağlı Etnografya Müzesi olarak hizmete açılmıştır (Yaman, 2003, s.26, Topçubaşı, 2009, s. 166-167). (Şekil 10a-10b)

Kastamonu Memleket Kütüphanesi adıyla anılan tarihi yapı, Cebrail Mahallesi, Hükümet Caddesi'nde özgünde tek kat üzerine, 1334H./ 1915M. yılında inşasına başlanıp 1924 yılında tamamlanmıştır. Günümüzde yapı iki katlıdır. 2002 yılında onarım geçirdikten sonra aynı yıl Resim ve Fotoğraf Galerisi olarak kullanıma açılmış olan bu yapı günümüzde Yazma Eser Kütüphanesi olarak kullanılmaktadır (Topçubaşı, 2009, s.181-182, dipnot 418-419). (Şekil 11)

Hepkebirler Mahallesi, Belediye Caddesi üzerinde, Belediye binası olarak yapılmış ancak daha sonra idari işlevinden ayrılıp Osmanlı Saray Oteli adıyla konaklama amacıyla turizm sektöründe yer alan yapı ise üç katlı, dikdörtgen plana sahip ve kagirdir. Geleneksel konut mimarisinin iç sofalı plan düzenine sahip olan Belediye Dairesi, 1924 yılında tamamlanarak hizmet vermeye başlamıştır (Eyüpgiller, 1999, s.214, Topçubaşı, 2009, s.163-166). (Şekil 12)

Kastamonu'da bulunan yukarıda bahsi geçen yapıların yanı sıra Toprakçılar Konağı, Uğurlu Konağı, Mazlumcuoğlu Konağı, Sinan Bey Konağı, Ballık Konağı, Akif Bey Konağı gibi konutlar, konaklama için kullanılan tarihsel yapılar içinde değerlendirilebilir. (Şekil 13a-13b-13c-13d-13e-13f)

Bu örnekler doğrultusunda zengin kültüre sahip Kastamonu'daki tarihi yapı potansiyelini oluşturan yapılardan çoğunun özgün işlevini yerine getiremediği görülmektedir. Gelişen ve değişen toplum yapısı çoğu tarihi binanın işlevini geçersiz kılmakta dolayısıyla bu yapıların kullanılmaz hale gelmesine neden olmaktadır.

SONUÇ

Kastamonu'nun kent kimliğine katkı sağlayan en önemli unsur, kültürü üreten bir şehir olmasından dolayı entelektüel geçmişidir. Bu bağlamda kültürel yapının en önemli bileşenlerinden biri tarihi

yapılar olarak ele alınmalıdır. Şehir somut ve somut olmayan kültürel mirasını korumaya ve sürdürülebilir kılmaya çalışmakta, bu değerleri günümüze taşıyarak özellikle Kastamonu tarihi kent dokusunun cazibe merkezi haline getirilmesine turizm faaliyetleri ile katkı sağlamaktadır. Kente ilişkin somut değerler olarak karşımıza çıkan tarihi yapıların korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması aşamasında bu yapıların farklı ve yapının özelliklerine uygun bir işlevle tanımlanması mümkün olmaktadır.

Yukarıda bahsedilen uygun işlevin seçimini etkileyen yapıların mekânsal oluşumu kadar, işlevsel, sosyo-ekonomik, politik, yakın çevre ve topografya gibi fiziksel faktörleri, zamanın kullanımı, sanat, kültür ve turizm faktörlerini de göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Son yıllarda turizm faktörü tarihi yapılara işlev verilmesi konusunda öne çıkmıştır. Bölgeye gelen ziyaretçiler tarihi doku içinde genellikle o kültüre ait tarihi eserleri görmek ve meraklarını gidermek amacıyla tarihi yapılarda konaklamak, yöresel yemekleri tatmak ve geleneksel el sanatları hakkında bilgi sahibi olmak istemektedir. Hem ziyaretçilerin bu isteklerini karşılamak, hem de kent ekonomisine katkı sağlamak için tarihi yapılara (eski dokusuna saygılı kalmak koşuluyla) turizme yönelik işlevlerin verildiği görülmektedir.

Kastamonu da ele aldığımız örnekler içinde pek çok geleneksel konutun konaklama ya da mutfak kültürüyle ilişkili olduğu dikkati çekmektedir. Dolayısıyla aktif yaşatma olarak belirlediğimiz kriterler içinde değerlendirdiğimiz bu yapılar yükledikleri yeni işlevlerle tarihi yapının sürdürülebilir olmasına katkı sağlarken diğer yandan tarihi yapının özgün değerine/kimliğine ilgi duyan ziyaretçiler açısından da tercih sebebi olmaktadır.

Bir başka yapı grubu ise daha çok pasif yaşatma olarak ele aldığımız müze ya da gezi evi olarak yeni işlev tanımlanması yapılmış tarihi yapılar oluşturmaktadır. Burada da hem yapının tarihselliği hem de içinde sergilenen eserlerle bir bütün olarak düşünülmesi gerekmekte olup, kente gelen ziyaretçilerin ilk olarak kent kültürü ve kent kimliğini yansıtan değerlerle tanıştığı önemli işlevi yüklenmektedirler.

Restorasyon sonrasında farklı işlevle dönüştürülen yapılarda günümüzün yaşam standartlarının gerektirdiği özellikle ıslak hacimlerde değişikliğe gidilmesi, ayrıca ele alınması gereken bir konudur. İklimlendirme, ses yalıtımı gibi ziyaretçi konforunu sağlayan detayların kagir yapılarda daha kolay uygulanabildiği söylenebilir. Ahşap yapılarda ise ıslak hacim ve konfor çözümlerinde yapının özgünlüğüne daha fazla müdahale edilmesi söz konusudur.

Diğer yandan kagir tarihsel yapıların yapı karakteri açısından ele alındığında otel olarak yeniden işlevlendirilmesinin daha uygun olduğu söylenebilir. Bu yapılara oda sayısını arttırmak ve diğer hizmet alanlarını oluşturmak amacıyla yeni mimari eklentiler de kurgulanabilir. Örnek olarak İstanbul Çırağan Sarayı'nın otele dönüştürülmesi verilebilir. Çırağan Sarayı'nın orijinal kısmında büyük salonlar çok maksatlı mekanlar olarak işlevlendirilirken odalar ve diğer hizmet alanları için sarayla aynı orantısal ölçüde tasarlanmış yeni bir kütle eklenmiştir.

Han ya da bedesten yapıları kent içindeki konumlarına göre plan özellikleri dikkate alındığında özgün işlevlerine yakın işlevle çarşı olarak yeniden kullanıma açılabilir. Kastamonu örneklerinde bu tür yapıların alışveriş, konaklama ya da mutfak kültürü ile ilgili işlevleri olması daha çok aktif yaşatmanın ele alındığı ve turizme yönelik işlev kazandırılmasını ortaya koyarken aynı zamanda yapıların sürdürülebilirliğini de sağlamaktadır. Tarihsel yapılara turizme yönelik otel, pansiyon, restoran, kafe gibi işlevlerin kazandırılması, işlev açısından da yapıyı aktif kılmakta ve yapıların kendi iç dinamiğini korumasına yardım etmektedir. Turizm olgusu tarihi yapıların sürdürülebilirliğine katkıda bulunurken kimi olumsuz etkilere ve risklere karşın aslında doğal bir koruma kalkını oluşturarak yapının kullanılmasını, ayakta kalmasını önemli ölçüde desteklemektedir.

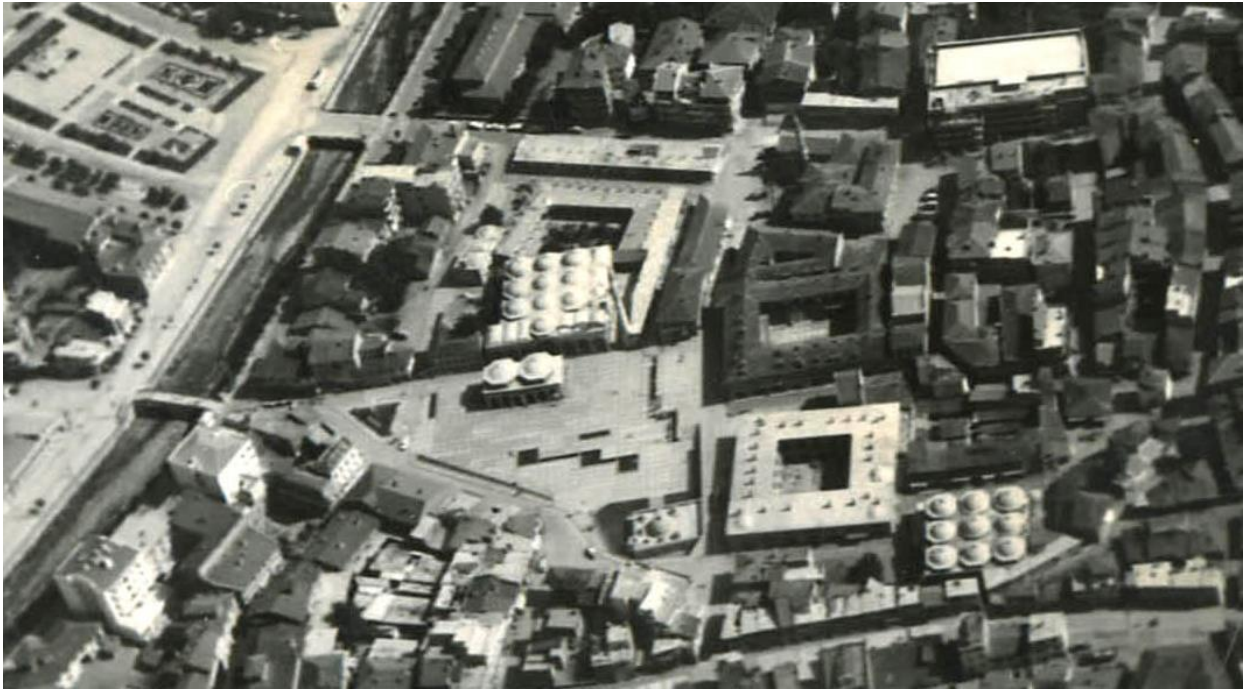
KAYNAKÇA

- Asar, H. (2011). Tarihi Türk Ticaret Yapıları Kapsamında Kastamonu Hanları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Behçet, M. (1998). *Kastamonu Eski Eserleri (Kastamonu Asar-ı Kadimesi)*, (Hazırlayan: M. Cihangir), Kastamonu Valiliği İl Özel İdaresi Yayınları, Kastamonu.

- Bilici, K. (1991). Kastamonu'da Türk Devri Mimarisi ve Şehir Dokusunun Gelişimi: 18. Yüzyıl Sonuna Kadar, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara.
- Ertürk, E. (1999). Tarihsel Yapılara Çağdaş Mimari Kurguların Eklenmesi, yeni İşlevler Kazandırılması Üzerine, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, İstanbul.
- Eyüpgiller, K.K. (1999). *Bir Kent Tarihi: Kastamonu*, Eren Yayıncılık, İstanbul.
- Eyüpgiller, K.K. (2005). Kastamonu Hamamları, İkinci Kastamonu Kültür Sempozyumu, Sempozyumda Sunulan Bildiriler, Ankara, 643-663.
- Gökoğlu, A. (1952). *Paphlagonia*, Doğrusöz Matbaası, Kastamonu.
- Kastamonu Valiliği, (1973). *Kastamonu İl Yıllığı*, Kastamonu Valiliği Yayınları, Kastamonu.
- Yazıcı, B. (2010). 19. YY. Geleneksel Konya Konutlarında İşlev Dönüşümü ve Etkileri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Özer, B. (1979). Mimaride Eskiye Yaşatma, *Yapı Dergisi*, s.31, 28-35.
- Topçubaşı, M. (2009). 19. Yüzyıl Kastamonu Eyaletinde Kamu Yapıları ve Yeniden Kullanım Sorunları, Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yaman, T. M., 1952, Kastamonu Tarihi, XV. Asırın Sonlarına Kadar 1, İstanbul
- Yaman, Z. (2003). *Kastamonu Turizm Envanteri/Gezi Rehberi*, Kastamonu.



Şekil 1: Kastamonu Kalesi ve Kale Altı Mevki



Şekil 2: Tepeden Nasrullah Meydanı ve Çevresi



Şekil 3: Nasrullah Cami ve Şadırvanı



Şekil 4-a: Nasrullah Cami Güneyinde Yer Alan Mürşid Medresesi / Tepeden Görüntümü



Şekil 4-b:Münire Medresesi-1970 Vakıflar Öğrenci Yurdu Şekil 4-c: Münire Medresesi Girişi



Şekil 5-a: İsmail Bey (Kurşunlu) Hanı / Kurşunlu Han Hotel



Şekil 5-b: İsmail Bey Hanı
Görünüm

Şekil 5-c:İsmail Bey Hanı / Kurşunlu Han Hotel İç



Şekil 6-a: Balkapanı(Pembe) Han / Pembe Han Restoran



Şekil 6-b: Pembe Han Restoran İç Görünüm



Şekil 6-c: Balkapanı Hanı



Şekil 7-a: Cem Sultan (Karanlık) Bedesten



Şekil 7-b: Yangından Sonra Bedesten

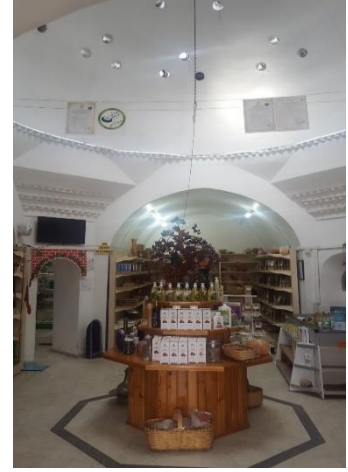


Şekil 7-c: Cem Sultan Bedesteni Restoran İç Görünüm



Şekil 8-a: Frenkşah Hamamı/Frenkşah Yaşam Merkezi

Görünüm



Şekil 8-b: Frenkşah Yaşam Merkezi İçten



Şekil 9: İttihat ve Terakki Binası / Arkeoloji Müzesi



Şekil 10-a: Liva Paşa Konağı

Şekil 10-b:Liva Paşa Etnografya Müzesi



Şekil 11: Memleket Kütüphanesi / Yazma Eserler Kütüphanesi



Şekil 12: Osmanlı Belediye Binası / Osmanlı Saray Otel



Şekil 13-a: Akif Bey Konağı

Şekil 13-b: Sinan Bey Konağı



Şekil 13-c: Balık Konağı



Şekil 13-d: Mazlumcuoğlu Konağı



Şekil 13-e: Toprakçılar Konağı



Şekil 13-f: Uğurlu Konağı

ORMAN YOLU İNŞAATININ EKOLOJİK DEĞERE SAHİP ALANLARA ETKİLERİ

Arş. Gör. Çiğdem ÖZER GENÇ

Doç. Dr. Burak ARICAK

Arş. Gör. Durmuş Ali ÇELİK

Kastamonu Üniversitesi, Orman Fakültesi, Orman Mühendisliği Bölümü

Yrd. Doç. Dr. Mehmet ÇETİN

Kastamonu Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı

Yrd. Doç. Dr. Hakan ŞEVİK

Kastamonu Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi, Çevre Mühendisliği
Bölümü

Özet

Ülkemizde; dağlık ve zor arazi koşullarının hakim olduğu alanlar üzerinde bulunan ormanların bakımı, silvikültürel girişimlerin, ekim ve dikim gibi tamamlama çalışmalarının gerçekleştirilmesi, ormanın koruma işlerinin sürekli ve kontrollü olarak yürütülmesi, özellikle orman yangınları ve böcek afetlerinin gözetim altına alınması, malzeme ve personelin işyerlerine ulaştırılması, orman ürünlerinin ekonomik olarak taşınması görevlerini üstlenen orman yolunun rasyonel olarak planlanması, modern orman işletmeciliği bakımından zorunlu bulunmaktadır.

Orman yollarının yapım ve bakım çalışmaları sırasında doğal çevrede farklı şekillerde birçok zararlar ortaya çıkmaktadır. Bunlardan en önemlileri orman alanı kaybı, ağaçların yaralanması ve sonrasında böcek afetleri, erozyon ve heyelanlara zemin hazırlaması olarak belirlenmiştir.

Bu çalışma kapsamında yol yapımının kısa ve uzun vadede toprağa, ormana, suya kısaca doğaya ve turizme vereceği kaçınılmaz zararlı etkileri araştırılmıştır ve bu zararlı etkileri en az düzeyde tutabilmek için orman yolları inşasında modern makine ve uygun yapım yöntemlerinin kullanımının gerekliliği üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Orman, Orman yolu inşaatı, Ekolojik etki

EFFECTS OF THE FOREST ROAD CONSTRUCTION ON AREAS WITH ECOLOGICAL VALUE

Abstract

In our country; to carry out the completion studies such as silvicultural activities planting, to carry out forest conservation works continuously and in a controlled execution, to take forest fires and insect disasters in particular, to deliver materials and personnel to the workplaces, forests rational planning of the forest road which undertakes the tasks of economical transportation of the products is obligatory in terms of modern forest management.

During the construction and maintenance work of forest roads, many damages occur in different forms in the natural environment. The most important of these is the loss of forest area, the injuries of trees, insect disasters, plant loss, increase in the amount of sediment and the preparation of ground to erosion and landslides.

In this study, the inevitable harmful effects of road construction on the soil, forest, water, shortly to nature and tourism and the need to use modern machinery and appropriate construction methods in the construction of forest roads to minimize these harmful effects has been emphasized.

Key Words: Forest, Forest road construction, Ecological effect

1. GİRİŞ

Doğaya açık işletmeler olan ormanlar, canlı (biyotik) ve cansız (abiyotik) pek çok öğeden oluşmaktadırlar. Kompleks bir sistem bütünü olan orman ekosistemi, bir zincirin halkaları gibi, öğeler arası etkileşimler, reaksiyonlar ve süreçlerden oluşur. Onu en fazla etkileyen ve ondan etkilenen bileşenlerden biri insandır. Ormanlar başta orman ürünleri olmak üzere, bitki ve yaban hayvanlarına

yaşam ortamı oluşturma, su, toprak koruma, oksijen, eğlenme, dinlenme ve estetik değer, gibi pek çok değeri insanoğluna karşılıksız olarak sunmaktadır. İnsanoğlu bu değerlerden her geçen gün artan ve çeşitlenen istekleri doğrultusunda hoyratça yararlanmaktadır.

İnsanoğlunun ormanlardan taleplerini karşılayabilmek için ormanları işletmeye açması gerekmektedir. Ormanların işletmeye açılması, entansif ve amaca uygun rasyonel ormancılık uygulamasını gerektirmektedir. Ormanların işletmeye açılması için ihtiyaç duyulan en önemli araç orman yollarıdır. Orman yolu hiçbir zaman iki noktayı birbirine bağlayan bir tesis olmayıp ormanın tüm bölme ve bölmeciklerinin içinden veya yakınından geçerek ormanın her köşesinden yararlanmayı mümkün kılan tesislerdir.

Her inşaat gibi orman yolu yapımı da, doğanın yaralanması demektir. Dolayısıyla orman yolu yapımı, ekonomi ile ekoloji arasındaki çelişki ve karşıtlıkları dengelemek zorundadır.

Orman yolları “ormancılık faaliyetlerini gerçekleştirmek için orman içerisinde inşa edilen tek şeritli ekonomik yollarıdır” şeklinde tanımlanabilir. Tek şeritli olmasının nedeni doğaya minimum müdahaleyi yapmaktır.

Orman yolları, genel anlamda orman işletmeciliği gayelerine hizmet eder. Bu yollar bir orman işletmesinin etkinliği, ormanın sağlıklı gelişimi için bakımı ve ekonomik üretimi, ormanın korunması, çeşitli afet ve hasarların zararlı sonuçlarının kısa sürede ortadan kaldırılması için ön koşuldur.

Orman yolları ormandan elde edilen ürünlerin orman dışına çıkarılmasının yanında aşağıdaki gibi daha birçok işlevi de yerine getirmektedir.

- Orman yolları aynı zamanda “yangın emniyet şeridi” dirler. Olası yangınlarda yangına müdahale noktası ve engel olarak görev alırlar,
- Orman içi köylere, mera ve otlaklara, yaylalara ulaşımı sağlarlar,
- Ekoturizme hizmet ederler,
- Ormanın böcek, mantar zararlarına karşı korunmasında malzeme ve insan temininde görev alırlar.
- Ormanın verimli gelişimini gerçekleştirmesi için orman idarelerince yapılacak müdahalelerin yapılması için en önemli alt yapıyı teşkil ederler.
- Ağaçlandırma ve bakım alanlarına ulaşımı sağlarlar.

Türkiye ormanlarının toplam orman yolu ihtiyacı 210 000 km dir. Bunun 140 000 km si yapılmıştır. Hedeflenen orman yolu miktarına ulaşıldığında 20m/ha yol yoğunluğuna ulaşılmış olunacaktır. Avrupa ülkelerinde orman yolu yoğunluğu hektarda 30m (30m/ha) olduğu düşünülürse daha çok orman yoluna ihtiyaç duyduğumuz anlaşılmaktadır.

2. YOL İNŞAATININ VERECEĞİ MUHTEMEL ZARARLAR VE ÖNLEMLERİ

Özellikle ormanların yamaçlar üzerinde bulunduğu yerlerde, orman yolu inşaatı ister istemez doğal çevreye olumsuz yönde müdahale anlamını taşır ve onu tedirgin eder; derin kazılar ve yüksek doldurular peyzajı değiştirir ve bundan da önemlisi doğal dengeyi rahatsız edebilir. Kazı ve dolduru şevlerinin yıllarca bitki örtüsünden yoksun kalması bir yandan doğal çevre ile bağdaşmayan ve hoş olmayan bir görüntü yaratırken, bir yandan da bu durum erozyona sebep olabilir.

Normal koşullar altında ve doğru bir planlama ile yapılsa bile, özellikle dağlık alandaki yol inşaatından sonra erozyon şiddeti artmaktadır. İnşaatın sona şevler düzenlemeleri ile erozyon şiddeti artış katsayısı en aza düşürülmelidir.

Orman yolu yapımı sonucu kazı materyalinin yamaç aşağıya doğru kayması ile orman örtüsü ağır zarar görmektedir. Yol yapımının toprağa ve ormana vereceği kaçınılmaz zararları en az düzeyde tutabilmek için orman yolları modern makinelerle uygun planlama ve yapım yöntemleri kullanılarak yapılmalıdır.

Özellikle kendine özgü bitki türleri ve su rezervleri barındıran bölgelerin daha fazla korunmasının gerekliliği şüphesizdir. Bu tür korunması gerekli habitatlarda bilinçsizce ve hesapsızca yapılan yol

inşaatları ile bitki türleri zarar görecektir. Bundan dolayı bu alanlarda en kısa yol geçki rotalarının kullanılmasına dikkat edilmelidir.

Dağlık ve yüksek eğime sahip ormanlık alanlarda dozerle yol yapımı sırasında çevreye çok zarar verilebilmekte, erozyon riski artmaktadır. Ancak ekskavatörler ile aynı alanlarda yapılan çalışmalarda oluşan zarar daha az olmaktadır (Heinrich, 1979; Stjernback 1982).

Örneğin yapılan bir çalışmaya göre 1 km'lik yol için dozer ile yaklaşık 1.2 ha'lık, ekskavatörle yaklaşık 0.9 hektarlık ormanlık alan kaybı olduğu ve ekskavatör ile yapılan çalışmada açılan orman alanının dozere göre %22.16 oranında az olduğu belirlenmiştir (Tunay, 2004). Orman yolu inşaatlarında ekskavatör kullanılması ile meydana gelen orman alanı ve dikili ağaç hacmi kaybı dozere göre çok daha az olmaktadır. Ayrıca, dozerin ormanlık alanda meydana getirdiği görsel bozukluk da ekskavatörün sebep olduğu görsel bozukluktan fazladır. Dozer, kazı materyalini aşağıya yuvarladığından, yamaçta bulunun ağaçlarda yaralanma hasarları artmakta, mantar, böcek gibi unsurların gelmesi kolaylaşmaktadır. Ekskavatör ise materyali şevlere depolayabildiğinden kazı materyalinin yuvarlanması daha az olmaktadır.

Bir orman yolu yapımı ile meydana gelen verimli orman alanı kaybı da önemli boyutlardadır. Standart bir orman yolu platformunun genişliği 4–5m olmakla beraber, inşaat alanı genişliği 20m civarındadır. Örneğin yol yoğunluğunun 20m/ha olduğu 1000ha lık bir orman alanında yol yapımı nedeniyle 20-40ha arasında ormanlık alan kaybı olmakta, bu da orman alanının %2–4'üne karşılık gelmektedir. Bununla birlikte yol yapımında uğranılan ağaç serveti kaybının yol boyunca açılan şeridin iki kenarında yer alan ağaçların eskiye oranla fazla artım yapmaları sayesinde kısmen telefi edilebilmektedir.

Orman yollarının yapım, bakım ve kullanımı tehlikeli bir erozyona neden olmamalı, çürük yamaçların kritik dengesini bozmamalı, yağmur sularının tarım alanlarına zarar verecek biçimde akışa geçmesine fırsat tanımamalı ya da gelecekteki ormanın yaşamsal faaliyetlerini engellememeli ve tehlikeye sokmamalıdır.

Yol, havza ve iklim verilerinden yararlanılarak oluşturulan modellerde, yol şevlerinde eğime bağlı olarak sediment miktarının arttığı belirtilmiştir (Akay vd., 2005). Yol yapımındaki yanlışlıklar arasında stabil olmayan yamaçlarda derin kazılar yapılması, yüzeysel akışın uygun ve yeterli şekilde yol dışına saptırılmaması, yol hendeklerinde toplanan yağmur sularının uygun şekilde dere tarafına akıtılmaması, sel derelerinin kazı ve dolduru materyali artıklarından oluşan fazla miktarda sedimentle yüklenmesi, şevlerin yeterince stabilize edilmemesi ve bunun sonucunda yamaç aşağısındaki bitki örtüsünün döküntü materyalden zarar görmesi gibi maddeler sayılabilir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Orman yolları konusunda uzman olmayan kişi veya kuruluşlarca dağlık arazide yapılan orman yolları çevreye büyük zarar verebilmekte ve büyük harcamaları gerektirir. Orman yolu güzergahlarının inşası geriye dönüşümü olmayan bir faaliyettir. Orman yolu inşası sonucu ortaya konulan bütün zararlar dikkate alındığında orman yolu yapımı diğer yol yapımlarından farklı bilgi ve tecrübeler gerektirdiğinden, çevre, orman, havza, sel ve çığ kontrolü gibi konularda yeterli temel bilgiye sahip, doğadan bir şey almaya çalışan değil, doğa ile insanlar arasındaki alışverişi dengelemeye çalışan Orman Mühendisleri tarafından planlanıp inşa edilmesi gerekmektedir.

Tüm inşaat ve mühendislik çalışmaları koruyucu bir yaklaşımla titizlikle planlanmalıdır. Unutulmamalıdır ki doğa intikamını alır ve bu çok acı olabilir. Suyun, turizmin, orman ürünlerinin, aslında kısaca yaşamın ana kaynağı olan doğanın korunması her bireyin, kurumun, işletmenin temel görevidir.

KAYNAKÇA

- Acar, H.,H. (2005). Orman Yolları Ders Notları, KTÜ Orman Fakültesi Orman Mühendisliği Bölümü, Trabzon.
- Akay, A., E., Yüksel, A., Reis, M., Erdaş, O., Sessions, J. (2005). Selecting the Optimal Forest Road Alignment with a Maximum Sediment Production Constraint (07.07.2005 -09.07.2005) , 28th Annual Meeting of COFE (Council on Forest Engineering).
- Arıca, B., H.Hulusi Acar. (2005). A Method Study Which is Forest Road Construction Environmental Damages Evolution by Remote Sensing and GIS, International Scientific Conference “Ecological, Ergonomic and Economical Optimization of Forest Utilization in Sustainable Forest Management, Page 113-117, 15-18 June 2005, Krakow / Poland.
- Görecelioğlu, E.(2004). Orman Yolları Erozyon İlişkileri, İstanbul Üniversitesi, Orman Fakültesi Yayınları, Yayın No:4460, İstanbul.
- Tunay, M., Melemez, K.(2004). Zor Arazi Koşullarında Çevreye Duyarlı Orman Yolu İnşaatı, Tekniğinin Değerlendirilmesi, İTU Dergisi, Seri: d, cilt:3, sayı: 2-3-4-5, İstanbul, 2004.
- Yolaşmaz, H., A.(2004). Orman Ekosistem Amenajmanı Kavramı Ve Türkiye’de Uygulaması (Artvin Merkez Planlama Birimi Örneği), Karadeniz Teknik Üniversitesi Doktora Tezi, Trabzon.
- Stjernberg, E.,L. (1982). The Use of Hydraulic Backhoes in Forest Road Construction: Centre and EasternCanada. Feric Publications, No 59, Canada.
- Heinrich, R. (1979). Protection of Forest Roads Using Biological and Engineering Methods. Mountain Forest Roads and Harvesting, FAO Forestry Paper 14, Rome: 79-92.

SUSTAINABLE CULTURAL TOURISM IN MALAYSIA

Professor Dr Noorzan Mohd NOOR
Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA, Selangor, Malaysia
email: dnoorzan@salam.uitm.edu.my

Abstract

Sustainable cultural tourism is the commitment to low impact on the environment and local culture while helping to generate future employment for the local people. It aims to ensure that development is a positive experience for local people and tourists. It is tourism that takes into account its current and future economic, social and environmental impacts addressing the needs of the environment, host communities and visitors. According to the tenets of sustainable tourism, sharing the local culture with the locals and trying to promote tolerance between cultures are encouraged. There is now broad consensus that tourism development should be sustainable; however, the question of how to achieve this remains an object of debate. This paper explores the characteristics and objectives of sustainable cultural tourism in Malaysia. It also helps identify ways in which sustainable tourism can be introduced of which community-based sustainable tourism is one of them.

Keywords: sustainable cultural tourism, community-based sustainable tourism, Malaysian perspective

INTRODUCTION

Tourism is one of the world's fastest growing industries and is a major source of income for many countries. Being a people-oriented industry, tourism also provides many jobs that help revitalise local economies. However, like other forms of development, tourism can also cause its share of problems, such as social dislocation, loss of cultural heritage, economic dependence and ecological degradation. Learning about the impacts of tourism has led many people to seek more responsible holidays. These include various forms of alternative or sustainable tourism such as: nature-based tourism, ecotourism and cultural tourism. Sustainable tourism is becoming so popular that some say that what we presently call alternative will be the mainstream in a decade.

All tourism activities of whatever motivation – holidays, business travel, conferences, adventure, travel and ecotourism – need to be sustainable. Sustainable tourism is defined as tourism that respects both local people and the traveller, cultural heritage and the environment. It seeks to provide people with an exciting and educational holiday that is also of benefit to the people of the host country. This paper explores the characteristics and objectives of sustainable tourism in Malaysia. It also helps identify ways in which sustainable tourism can be introduced.

Sustainable tourism is the concept of visiting a place as a tourist and trying to make only a positive impact on the environment, society and economy. A key aspect is respect for the people who call the location home, the culture and customs of the area, and the socio-economic system. Sustainable tourism is the commitment to low impact on the environment and local culture while helping to generate future employment for the local people. It aims to ensure that development is a positive experience for local people and tourists. It is tourism that takes into account its current and future economic, social and environmental impacts addressing the needs of the environment, host communities and visitors. It is the concept of visiting a place as a tourist and trying to make only a positive impact on the environment, society and economy. Sustainable tourism focuses on respect for an area's cultures and customs. The concept is to try to absorb and understand the local way of life. According to the tenets of sustainable tourism, sharing the local culture with the locals and trying to promote tolerance between cultures are encouraged. There is now broad consensus that tourism development should be sustainable; however, the question of how to achieve this remains an object of debate.

There has been the promotion of sustainable tourism practices surrounding the management of tourist locations by locals or the community. This form of tourism is based on the premise that the people living next to a resource are the ones best suited to protecting it. This means that the tourism activities and businesses are developed and operated by local community members, and certainly with their

consent and support. Sustainable tourism typically involves the conservation of resources that are capitalized upon for tourism purposes. Locals run the businesses and are responsible for promoting the conservation messages to protect their environment (Ghimire, 2001).

MALAYSIA AND ITS PROTECTIVE LAWS

Situated in South-east Asia, Malaysia covers an area that is made up of two distinct geographical areas of Peninsular Malaysia and East Malaysia in Borneo. In Malaysia, tourism provides one of the largest source of national income from foreign exchange and represents 13.7% of Malaysia's economy as of 2016. Employment in the tourism sector has grown at an average rate of 4.7% between 2005 and 2012, providing slightly over two million jobs in 2012, and estimated more than 15% of total employment. In 2013, Malaysia recorded 25.7 million tourist arrivals, a growth of 5.73% compared to 2012. With the Visit Malaysia Year in 2014, the number of tourists increased. Malaysia is one of the 12 mega-diverse countries in the world that accepts the importance of preserving its social, environmental and cultural wealth heritage (WTO, 1997). There are many policies and acts that were formulated by the Malaysian government that favoured environmental issues. Among them are the Environmental Quality Order, 1987; National Parks Act, 1980; The Protection of Wildlife Act of 1972, The Fisheries Act, 1985; The National Forestry Act, 1984, the establishment of Marine Parks Malaysia Order of 1994, National Conservation Strategy, 1993, and the National Policy on Biodiversity 1994. Each of these policies falls under different jurisdiction of the government authorities that might impede smooth implementation of sustainable tourism due to the bureaucratic obstacles.

Acknowledging the need to have a more holistic guide, the Malaysian government has come out with the Malaysian National Conservation Strategy (NCS) to set out plans and suggestions which can be used to integrate more fully the many existing efforts toward natural resources management for conservation and development, to build on the strength of existing institutions and mechanisms, and to incorporate additional future efforts into the process of conservation as a key to successful and sustainable development. The Malaysian Ministry of Culture, Arts and Tourism developed the national ecotourism plan in 1997 in which they demonstrated the government's involvement in travel industry and encouragement of eco-tourism in the country. Four new ministries were added to tourism industry and eco-tourism industry of Malaysia is deeply concerned about forestry, marine and wildlife management. In Malaysia, nature tourism is a significant part of national ecotourism industry and primary concern remained towards this industry.

Malaysia now has some excellent examples of eco-tourism regulations in its major travelling regions. For example, the Matang mangrove forest in Malaysia is well-known around the globe as successful and sustainable tourism management in the country. The local community is also greatly concerned about forests after designation of permanent forest reserve which has now become a popular tourism destination of the area. The Forestry Department is constantly measuring the forests and each and every tourism activity is accurately measured and improved for better future revenue from this.

The Malaysian government has begun to take advanced measures toward the conservation of the lush environment under its care (EPU, 2006). These laws are generally preventive measures and are also active attempts to preserve the cultural heritage of the area. It is based on an understanding that the Malaysian culture and environmental heritage of the country is intrinsically linked. The Malaysian Wildlife Law sets the bar for the regulation of all interactions with wildlife in the country. The law accomplishes a few things; it bans the commercialisation of wildlife in Malaysia and sets the seasons for hunting. Malaysia is home to rare and endangered species that makes it necessary to protect them and empowers officers to enforce its provision and make arrests to those who trespass against it.

The Aboriginal Peoples Act is another piece of legislation that has a definite impact on eco-tourism. It basically takes the international concept of eco-tourism and nationalises it. This law creates a set of rules and regulations for how development should be approached when it comes into conflict with the local native people. The most basic provision of the law is that it helps to ensure that the native people of the country are not displaced from the ancestral cultural lands by outside interests. It is an important part of Malaysian national heritage as well (Mitchell & Ashley, 2009).

Malaysia has a much more developed legal framework for the protection of the environment than many of its neighbours. There are enough laws to keep things in order and enough legal empowerment to deal with issues that may arise. While these laws are indeed serious, they should not detract any serious tourist to vacation in the area. Tourists to Malaysia will find it is a land that provides a surprisingly large diversity in activities. Not only are there pristine forests but there are also popular beaches here. The climate is conducive to all year round travel and there are trekking routes and volunteer vacations in the country. Volunteer tourists can work on research projects with rare animals and habitats in helping the country's wilderness programmes.

COMMUNITY-BASED SUSTAINABLE TOURISM

Community-based sustainable tourism (CBST) associates the success of the sustainability of the ecotourism location to the management practices of the communities who are directly or indirectly dependent on the location for their livelihoods. A salient feature of CBST is that local knowledge is usually utilised alongside wide general frameworks of ecotourism business models. This allows the participation of locals at the management level and typically allows a more intimate understanding of the environment. The use of local knowledge also means an easier entry level into a tourism industry for locals whose jobs or livelihoods are affected by the use of their environment as tourism locations. Environmentally sustainable development crucially depends on the presence of local support for a project. It has also been noted that in order for success, projects must provide direct benefits for the local community. However, recent research has found that economic linkages generated by CBST may only be sporadic, and that the linkages with agriculture are negatively affected by seasonality and by the small scale of the cultivated areas. This means that CBST may only have small-scale positive effects for these communities. It has also been said that partnerships between governments and tourism agencies with smaller communities is not particularly effective because of the disparity in aims between the two groups, i.e. true sustainability versus mass tourism for maximum profit (Mowforth & Munt, 2008).

Tourism in Malaysia provides a platform for realising socio-economic and distributive benefit policies. This involves the participation of the rural community in experiential learning activities such as rubber tapping, traditional songs, dance and crafts as well as serving local dishes. Community-based tourism principles are applied in the implementation of homestay and ecotourism programmes. Currently, there are homestay programmes participated by operators under the Indigenous Community Tourism Packages. This mainly benefitted the indigenous *orang asli* community. In the context of resource efficiency and environmental purity, Taman Negara National Park is a good example. This national park covers 400,000 hectares of tropical rain forest and was gazetted in 1939 for the indigenous fauna and flora as well as for the promotion of sustainable tourism. Conservation of the bio-diversity resources within the park is given priority through a zoning system prescribed by the management plan. Wilderness conservation constitutes more than 90% of the park area while the rest is zoned for recreation, research, education and high utilisation. The high utilisation zone, which is only about 0.2% of the park is dedicated to entry points of the park where the development of tourism related infrastructure is permitted.

Homestay in Sabah and Sarawak is another valuable project with a wider multiplier socio-economic effect of tourism in East Malaysia. This initiative is a well-focused project with a great symbiosis with tourism development and sustainability. The strategically located homestays: Penampang, Papar, Kota Belud, Kudat, Tambunan, Keningau, Kundasang, Tamparuli, Sandakan in Sabah and Bario in Sarawak have developed with specific tourism development objectives such as: (i) at tourist level, a unique opportunity to experience the authentic culture of Sabah and Sarawak, to experience astonishing things like ethnic food, real linkage of local people and their culture where visitors are not guests but part of home; and (ii) at community level, direct spending of money with higher level of direct and induced economic impact, opportunity for community conservation initiatives, and as a responsible travel initiative.

Malaysia's outlook is very good: the country has vast potential as regards the ecotourism industry in the Asia Pacific region (Robinson & Picard, 2006). To further enhance the growth of ecotourism industry, there should be further collaborations between the private sectors and the public sectors in the countries concerned. Therefore, sustainable tourism policy in Malaysia can be weighed as one of the strong implementation plan that meets the needs of national development plan of Malaysia. However, Malaysia's tourism resources are sensitive and the abundance of natural wealth can be utilized as a prime tourism spot. Managing natural sites is more complicated as it has direct adverse impact to the ecosystem and integrity of attractions. Malaysia's current tourism market is more diverse and heterogeneous, stemming from the variety of tourists. Therefore, it is difficult to control and manage the visitor's practices for supporting sustainable tourism in Malaysia.

CONCLUSION

Global economists forecast continuing international tourism growth depending on the location (Smith, 2004). As one of the world's largest and fastest growing industries, this continuous growth will place great stress on remaining biologically diverse habitats and indigenous cultures, which are often used to support mass tourism (Edgell, Allen, Smit & Swanson, 2008). Tourists who promote sustainable tourism are sensitive to these dangers and seek to protect tourist destinations, and to protect tourism as an industry. Sustainable tourists can reduce the impact of tourism in many ways:

- informing themselves of the culture, politics, and economy of the communities visited
- anticipating and respecting local cultures, expectations and assumptions
- supporting the integrity of local cultures by favouring businesses which conserve cultural heritage and traditional values
- supporting local economies by purchasing local goods and participating with small, local businesses
- conserving resources by seeking out businesses that are environmentally conscious, and by using the least possible amount of non-renewable resources

Increasingly, destinations and tourism operations are endorsing and following "responsible tourism" as a pathway towards sustainable tourism. Responsible tourism and sustainable tourism have an identical goal, that of sustainable development. The pillars of responsible tourism are, therefore, the same as those of sustainable tourism – environmental integrity, social justice and economic development. The major difference between the two is that, in responsible tourism, individuals, organizations and businesses are asked to take responsibility for their actions and the impacts of their actions. This shift in emphasis has taken place because some stakeholders feel that there is insufficient progress towards realizing sustainable tourism. This is partly because everyone has been expecting others to behave in a sustainable manner. The emphasis on responsibility in responsible tourism means that everyone involved in tourism – government, product owners and operators, transport operators, community services, tourists, local communities, industry associations – are responsible for achieving the goals of responsible tourism.

Malaysia has a long tradition of tourism, attracting travellers fascinated by the art, architecture, handicrafts, traditional attire, music and dance, which reflects a colourful heritage and an amalgamated culture. Malaysia consists of Malays, Chinese, Indian, and other indigenous groups including the Orang Asli, Dayaks, Kadazan Dusun, Melanau, Murut and more. Joining them are groups of mixed descent, such as the Baba-Nyonyas and Eurasians of Portuguese and other European ancestry, as well as other immigrant Asian ethnicities. Although each of these cultures has retained their religions, customs and way of life, they have also blended together to create Malaysia's diverse heritage. Malaysia's heritage is a unique expression of our history and our national identity. It enriches Malaysian lives, and provides a meaningful foundation on which to base the future national development. Yet in many places, precious cultural heritage is under threat from new developments, mostly due to lack of awareness of its historical significance.

Coupled with the growth in tourism, cultural tourism has emerged as a potential alternative tourism among both international tourists and Malaysian domestic travellers. Sustainable cultural tourism in Malaysia attracted great publicities with the increase in the number of incoming tourists annually, due to its marvellous cultural resources that are readily available to be explored such as the existence of multi-cultural, historical buildings, colourful lifestyles and friendly atmosphere. People involved in tourism industry need to be sensitive to cultural and ethnic groups who have a special interest in them and they need to be directly involved in the planning and promotion of the destinations. Therefore, careful planning of tourism can lead to sustainable regional development. It is crucial to find a proper way to meet the challenges in managing and promoting sustainable tourism for brighter prospects in the future.

REFERENCES

- Edgell, D.L., Allen, M.D., Smit, G. & Swanson, J.R. (2008). *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*, Elsevier.
- Economic Planning Unit (EPU) (2006). *Economic Instruments for Environmental Management in Malaysia*, Prime Minister's Department, Malaysia.
- Ghimire, K.B. (Ed). (2001). *The Native Tourist. Mass Tourism Within Developing Countries*, Earthscan, London.
- Mitchell, J. And Ashley, C. (2009). *Tourism and Poverty Reduction. Pathways to Prosperity*, Earthscan, London.
- Mowforth, M. And Munt, I. (2008). *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Third World*(3rd Edition), Routledge, London.
- Robinson, M. And Picard, D. (2006). *Tourism, Culture and Sustainable Development*, Division of Cultural Policies and Intercultural Dialogue, Culture Sector, UNESCO.
- Smith, S. (2004). The measurement of global tourism: Old debates, new consensus, and continuing Challenges. In A. A. Lew, C.M. Hall, & A.M. Williams, *A companion to tourism*. Oxford: Blackwell 25-35.
- World Tourism Organization (WTO). (1997). *Tourism 2000: Building a Sustainable Future for Asia Pacific*. Final Report, Asia Pacific Ministers' Conference on Tourism and Environment. WTO: Madrid

TOWARD A NEW PARADIGM IN SUSTAINABLE TOURISM: TREND AND PATTERN ANALYSIS IN TOURISM RESILIENCE RESEARCHES

Salar KUHZADY

Mersin University, Tourism Faculty
Department of Tourism Management
s.kuhzadi@gmail.com

Res. Asst. Sercan BENLİ

Mersin University, Tourism Faculty
Department of Tourism Management
sercanbenli@mersin.edu.tr

Abstract

For decades, sustainability was the dominant paradigm in tourism development. However, failure of sustainable paradigm to address tourism issues in an effective way has been risen debates, and criticisms. Therefore, resilience has been suggested as an effective alternative to the sustainable tourism. As a buzzword, resilience is widely attracting the attention of scholars. In this relation, to achieve a better understanding of resilience concept and present some considerations and guidelines for the future studies, this study aims to develop a big picture of tourism resilience researches. To achieve this aim and examine trends, perspectives/approaches to tourism resilience, the geographical distributions of scientific papers, and keywords analysis, published and indexed articles in Web of science were selected as samples (n=58). The results of this study by build a holistic view of the conducted researches can be helpful for designing and development of future studies related to tourism resilience.

Keywords: Sustainability, Tourism resilience, Trend, Pattern analysis.

1. INTRODUCTION

The term sustainable development finds its roots in the Bruntland Commission report. By the publication of this report in 1987, which was mainly on the global environment and development, sustainability came into use in policy. Rapidly, it had become widespread in both academia and practice. The main reason for this remarkable attention toward sustainability was that, it was the first global attempt to consider and integrate the economic, social and political dimensions in the environmental development (Redclift, 2005). According to the Bruntland report, sustainable development is the “development which meets the needs of current generations without compromising the ability of future generations to meet their own needs” (Vencato, Gomes, Scherer, Kneipp, & Bichueti, 2014).

Emerging sustainability has risen global concerns on development programs. Accordingly, has progressively gained importance in the different settings and sectors. In a close connection with the sustainable development, the concept of sustainable tourism (SD) was emerged. Tourism as one of the primary sectors accepted the principles of sustainability, adopted strategies and established action plans for sustainable tourism (Torres-Delgado & Palomeque, 2014).

Since the early 1990s, sustainability has become the leading dialogue in the tourism development related academic, policy, and planning discourses (Bramwell, 2015). Even, globally development of the tourism sector and rising competition, drive destinations to give more attention to measure their sustainability performance to “ensure an appropriate balance between present and future opportunities of areas with a tourism-based economy” (Marianela & Jesús, 2017, p. 89). However, It must be acknowledged that achieving sustainability in tourism is not easy, mainly because the vagueness of the concept of sustainability (López Palomeque, 2007). Based on this, while SD label has been attached to many tourism activities and studies have developed a variety of indicators, but “progress towards a more sustainable tourism sector at an enterprise level has been slow” (Elizabeth, Bob, & Wantanee, 2017).

Based on this situation, the concept SD has been criticized for some reasons. First, as it has been concluded above, is the “vagueness” of the concept of sustainable development (Connelly, 2007; Lélé, 1991). (Lehtonen, 2004) acknowledged that “covering too many different aspects” make the concept of SD “too broad and vague. According to (Torres-Delgado & Palomeque, 2014), “vagueness is the main reason for the spread and general acceptance of the term, but also accounts for its rhetorical use and the erosion of its meaning”.

The second concern is related to the long-term future oriented nature of SD and its difficulty to establish efficient planning to grasp long-term goals (Postma et al., 2017). While the focus of *sustainable development is on a long-term horizon*, the interests of its stockholders are “strictly short term” (Maser, 1998). Thus, finding a mechanism to drive all stockholders to work together to achieve sustainable development goals would be hard. It is obvious in tourism, which is highly dynamic and interconnected with other sectors such as economic, technology, ecology, and politic. These situations make the future truly uncertain and long-term planning risky.

The third common Criticism toward sustainable development was related to the adopted assumptions in SD, which based on that “the world was predictable, linear, ultimately understandable and basically stable”(Espiner et al., 2017). The ability of these assumptions to answer the sustainability concerns and help stockholders to achieve their goals on sustainability has been questioned by (Farrell & Twining-Ward, 2005). For supporting their thoughts, in an article titled, “Seven steps towards sustainability questions of system complexity” they introduced some evidences about the relation between human and environment such as complex, non-linear and dynamic system. They acknowledged that in a “world full of uncertainty that is constantly changing and evolving managing tourism through attempting to maintain stability would not be successful”. (Folke et al., 2002) also indicated that based on the evidences from all over the world, “natural and social systems behave in nonlinear ways, exhibit marked thresholds in their dynamics, and that social-ecological systems act as strongly coupled, complex and evolving integrated systems”.

Even, limitations and complexity of proposed indicators for sustainability while they have been theoretically supported can be added too. (Tanguay et al., 2013) acknowledged that while the number and use of sustainable tourism indicators have been risen but multidimensionality of SD and “incompatibilities between the needs and objectives of academics and policy-makers” made them less effective. Therefore, in search of finding solution to clarify the concept and finding alternative for sustainable development paradigm, “resilience planning has emerged in recent years as an alternative to the sustainable development paradigm (Lew, 2014).

In contrast with other disciplinary areas, while tourism researchers have been slowly accept resilience paradigm in tourism, but it is changing rapidly. In this relation, to achieve a better understanding of the conducted researches in the field of tourism resilience and present some recommendations for the future studies, this study aims to develop a big picture of existing literatures by developing following questions:

1. Do tourism resilience is novel term for future studies?
2. What are the most researched keywords in tourism resilience studies?
3. How different countries contributed in tourism resilience studies?
4. How is the perspectives/approaches of studies toward tourism resilience?

1.1. Resilience in Tourism

The term resilience is one of the most common used concept in a wide variety of fields. For instance searching “resilience” keyword as a title in the web of science on 30 September resulted in 14,372 published scientific materials including articles, proceedings, and review. The results also indicated widespread adoption of the term resilience in a wide variety categories and fields. For example, ecology (Lucash et al., 2017), psychology (Southwick et al., 2005), planning (Carmen Penades et al., 2017), management (Roberts et al., 2017) and many other areas including tourism(Liu & Pratt, 2017). With some differences, the frequently applied definition for resilience is “the capability and ability of

an element to return to a stable state after a disruption”(Bhamra et al., 2011). The starting point for emerging resilience was the model proposed by Holling in 1973 to explain how equilibrium is not necessary in ecological systems (Cochrane, 2010, p. 174). Later based on ecologically oriented perspectives, resilience have emerged in different fields.

The term of resilience has been emerged in the tourism since the mid-1990s. Originally, it was started with the study of O'Hare & Barrett (1994) on the tourism related market access and later by study of Folke, & Moberg (2000) on environmental issues (Sheppard & Williams, 2016). Tourism resilience has been defined as “the ability of social, economic or ecological systems to recover from tourism induced stress” (Tyrrell & Johnston, 2008, p.16). By passing more than two decades, resilience has gained growing interest among tourism scholars as a “framework for understanding society’s ability to cope with crises, systemic shocks and change” (Biggs et al., 2012). In addition, Ruiz-Ballesteros (2011) acknowledged that tourism resilience is the key to address constant change and achieving sustainability. More recently, tourism resilience studies have focused on the sustainability in tourism. Marchese et al (2018) by reviewing studies on sustainability and resilience divided them into three groups; “1- resilience as a component of sustainability, 2- sustainability as a component of resilience, or 3- sustainability and resilience as separate conceptual objectives”. They indicated that while there are similarities between sustainability and resilience, but by offering following reasons acknowledged that they are separate concepts:

1. In contrast with resilience sustainability often emphasis on long-term horizon and larger spatial scales.
2. While sustainability mainly tend to focus on keeping traditions such as cultural, historical, and environmental resources, resilience looking to find innovative and creative ways to use local resource for improving local communities.
3. Resilience often focus on processes, whereas sustainability tends to focus on the outcomes a system.
4. Resilience mainly applied as an effective react strategy in time of crisis and interruption.

2. METHODOLOGY

By increasing the number of academic studies, in order to “make sense of what has already been done, capture key lessons learned from the past, and identify directions for the future” (Kilubi, 2016, p. 3) researchers have increasingly started to applied bibliometric analysis. Based on the objective of this article is to create a holistic view of the conducted studies in the field of tourism resilience and present a guideline for the future studies, bibliometric analysis was adopted. A bibliometric analysis includes making use of statistical techniques to identify qualitative and quantitative shifts in a certain scientific area, set up the profile of publications on the topic, and discover trends inside a field (Heradio, Perez-Morago, Fernandez-Amoros, Javier Cabrerizo, & Herrera-Viedma, 2016).

Due to the increasing the number of tourism studies, interest in the evaluation of contribution of individuals and institutions to tourism literature and assessing their performance, bibliometric studies has become one of the growing type of research in the tourism context (Michael Hall, 2011). Some of these studies have conducted bibliometric analyses of single journals (Strandberg et al., 2016) while others have analyzed multiple journals (Köseoglu et al., 2015). Several studies have focused on multi database such as Scopus and WoS (Sánchez et al., 2016), while others only adopted one database for their studies (Luis Jimenez-Caballero & Polo Molina, 2017). Another common feature in the conducted bibliometric studies in tourism is related to the samples. Some studies only have focused on the conducted studies by a specific country (Tokic & Tokic, 2015), while others have concentrated on a certain concept world widely (Barrios et al., 2008). Regarding the adopted methodological strategies and techniques, adopting content analysis, assessing titles, abstracts, and keywords, and analyzing entire articles are the main used strategies-techniques (Ruhanen et al., 2015).

In the present study, by accepting multi databases needed data were collected form 6 databases, namely, Scopus, WoS, Scencedirect, Sagepub, Taylor, Emerald insight. In order to conduct the initial search, “tourism resilience” was searched as title on the all databases. The initial search was conducted

on 30 September 2017. The retrieved data were exported to Mendeley and duplicated articles were identified. By identifying and removing duplicated documents, it was found that results from the five selected databases have a high overlapping with WOS. Accordingly, it was decided to conduct bibliometric by using of WOS. By using “resilience” as keyword and limiting the results to hospitality and tourism category, four more keywords (“Community resilience”, recreation resilience”, leisure resilience”, destination resilience) were identified. Following by identifying samples, the retrieved documents were exported to Mendeley, Excel, VOSviewer for the further analyses.

3. RESULTS

All searches were finalised and conducted on 30 September 2017 to avoid bias due to the daily updating on databases. The retrieved documents resulted in 58 articles.

1. Do tourism resilience is novel term for future studies?

As figure 1 shows since 1977 resilience have attracted the attention of scholars in different fields. However, from 2005 researchers started to applied resilience. Additionally, figure 1 indicates that in comparison with resilience (8858 indexed articles) and sustainable tourism (1562 indexed articles), tourism resilience with only 58 articles in the peer-reviewed journals style is novel and less researched term. Totally, 35 peer-reviewed journals have published articles related to tourism resilience. Among them, Journal of sustainable tourism with publishing 8 articles and journal of tourism geographies with 6 article were the top sources for tourism resilience studies.

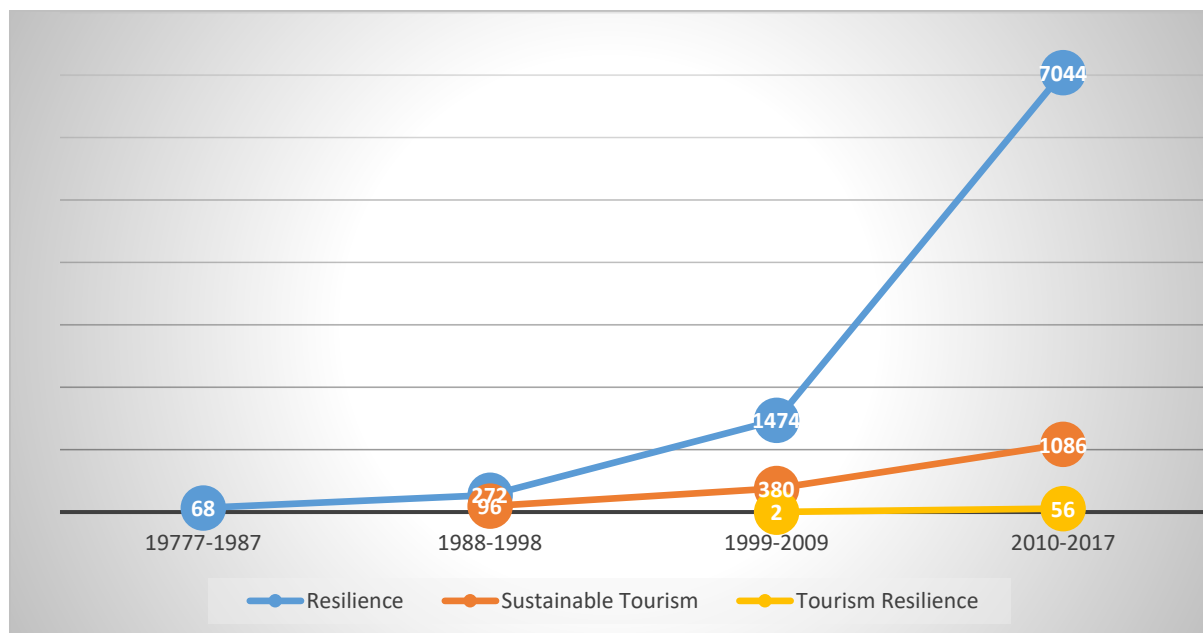


Figure 2. comparison of number of published articles among resilience, sustainability and tourism resilience

Note: 2017 includes the articles which have been published in the first 10 month of 2017

2. What are the most researched keywords in tourism resilience studies?

Keyword analysis can be applied to explore the research focus (W. Chen et al., 2017), and identifying themes and emerging topics (Armfield et al., 2014). Therefore, keyword analysis with bibliometric method has been applied widely in many previous studies to capture current issues and to determine research trends (Du et al., 2015; Racherla & Hu, 2010b; Wang, Zhao, Mao, Zuo, & Du, 2017; Zeng & Gerritsen, 2014). In this relation, Title words, author keywords and keywords plus (in WOS) have been frequently used by scholars (Zhang, Huang, Yu, & Yang, 2017).

Choi et al. (2011) summarized keywords analysis in bibliometric studies into two groups, namely popularity-based, which is mainly based on the keyword frequency network-based that is focusing on centrality measures. Generally, Keywords with the high frequency acknowledged as important research themes (Chen & Xiao, 2016). Keywords specified by the author can provide explanations of the main lines of the article as well as reveal the author's research preferences (Sun et al., 2012).

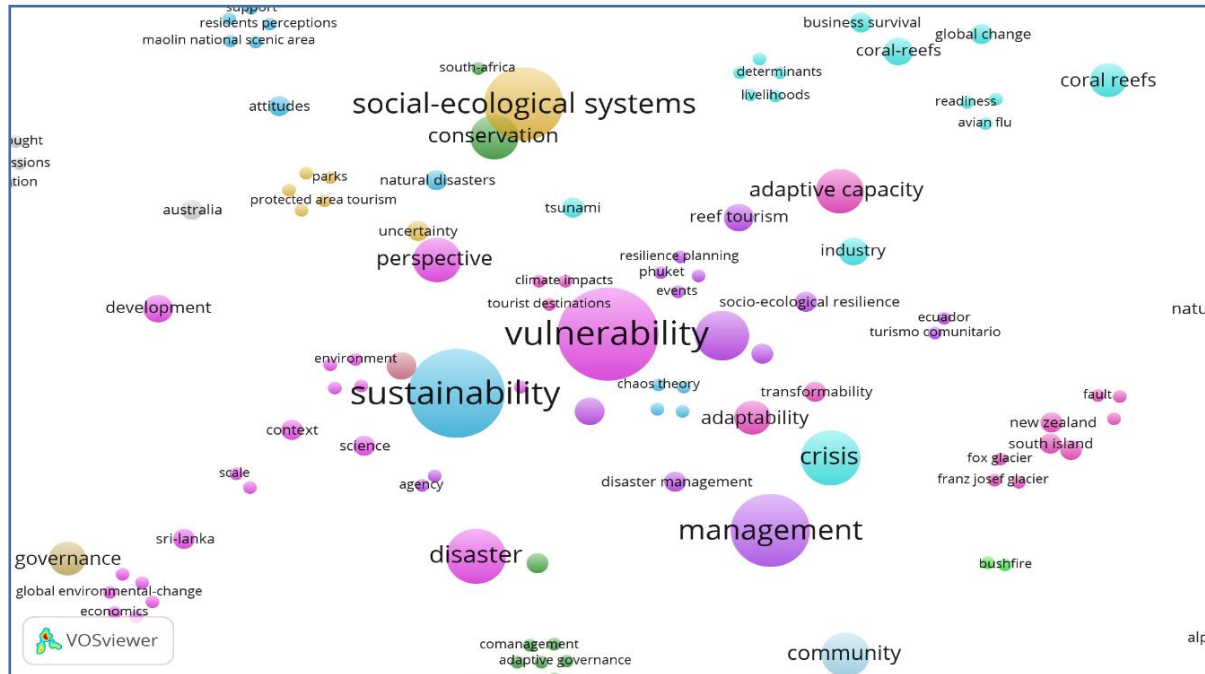


Figure 3. The Most Researched Keywords

Totally 320 keywords were retrieved from the chosen 58 articles. The online word frequency counter (www.textfixer.com & www.online-utility.org) counted word frequency and VOSviewer (a useful software for constructing and visualizing bibliometric analysis) applied to word visualization. Results demonstrated that that Vulnerability (17), sustainability (16), Social-ecological system (12), Management (12), Disaster (8), and Crisis (8) were the top six frequently applied keywords by scholars (figure 2).

3. How different countries contributed in tourism resilience studies?

From 2005 to 2017, 28 countries around the world have contributed to publish articles related to tourism resilience. Australia is the most productive country with 18 articles, followed by New Zealand (8), England (6), and USA (6). In this relation, there was only one study from Turkey, which was focus on resilience of Turkey tourism demand based on climate change. These results indicated that the majority of the articles (44.82%) were from authors of the continent of Australia.

4. How is the perspectives/approaches of studies toward tourism resilience?

To answer this questions the study of Ruhanen et al (2015) was adopted as the sample. In order to exploring the primary perspective/approach of the published articles, skimming the entire article, keywords, and sometimes the title of articles were applied. The results showed that perspectives/approaches of published articles toward resilience tourism can be summarized in 8 groups. In this relationship, the mostly recently published article (18.97%) were mainly focused on developing model for resilience in tourism. The next perspective/approaches were respectively planning (17.24%), climate change effects (15.52%), disaster management (15.52%), impact studies (12.07%), crisis management (10.34%), perception (8.62%), and policy studies (1.72%). Based on these results, it can be concluded that the primary perspectives/approaches of scholars toward tourism

resilience were to develop models to help destination resilience mainly during crisis and natural disasters.

4. CONCLUSION

While sustainability has been the main framework for tourism development since the paradigm was widely gained the attentions in 1987. This paradigm was an environmental conservation reaction to industrialization. In a close connection with the sustainable development, the concept of sustainable tourism (SD) was emerged. Tourism as one of the primary sectors accepted the principles of sustainability, adopted strategies and established action plans for sustainable tourism. However, it must be acknowledged that achieving sustainability in tourism is not easy. The vagueness of the concept of sustainability due to cover too many different aspects, the long-term future oriented nature of SD and its difficulty to establish efficient planning to grasp long-term goals, the adoption these assumptions that “the world is predictable, linear, ultimately understandable and basically stable”.

In contrast with rising the number of sustainable tourism indicators, because of their limitations and “incompatibilities between the needs and objectives of academics and policy-makers” they were become less effective. Based on this situation, resilience was emerged out of ecological studies in the 1980s. However, as the results of study showed it has only recently, since the mid-2000s, emerged as a reaction toward limitations of sustainable tourism development. Generally, for Some scholars, “sustainability and resilience are slightly nuanced perspectives on the same phenomenon. For others, however, there are distinct differences between them”(Lew et al., 2016, p. 18).

The findings of study approved that resilience is a novel term in tourism. For example, in compression with resilience (8858 indexed articles) and sustainable tourism (1562 indexed articles), there were only 58 articles in the peer-reviewed journals indexed on WOS database. Additionally, conducting 38 articles (65.51) by only four countries (e.g., Australia (18), New Zealand (8), England (6), and USA (6)) can be another evidence for originality and importance the related studies in around the world. Distribution of 58 articles among 35 peer-reviewed journals also can be evidence for novelty and the attractiveness of resilience tourism for a wide verity journal.

According to the results of keywords analysis and the perspectives/approaches of studies toward tourism resilience, it can be concluded that the primary perspectives/approaches of scholars toward tourism resilience are developing models and planning to help destination resilience mainly during crisis and natural disasters. Whoever, lack of enough attention toward destination resilience during political crises was evident.

REFERENCES

- Barrios, M., Borrego, A., Vilagines, A., Olle, C. & Somoza, M. (2008). A bibliometric study of psychological research on tourism. *Scientometrics* 77(3): 453–467.
- Bhamra, R., Dani, S. & Burnard, K. (2011). Resilience: the concept, a literature review and future directions. *International Journal of Production Research* 49(18): 5375–5393.
- Biggs, D., Hall, C.M. & Stoeckl, N. (2012). The resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: reef tourism in Phuket, Thailand. *JOURNAL OF SUSTAINABLE TOURISM* 20(5): 645–665.
- Carmen Penades, M., Nunez, A.G. & Canos, J.H. (2017). From planning to resilience: The role (and value) of the emergency plan. *Technological Forecasting and Social Change* 121: 17–30.
- Cochrane, J. (2010). The Sphere of Tourism Resilience. *Tourism Recreation Research* 35(2): 173–185.
- Connelly, S. (2007). Mapping Sustainable Development as a Contested Concept. *Local Environment* 12(3): 259–278.
- Espinero, S., Orchiston, C. & Higham, J. (2017). Resilience and sustainability: a complementary relationship? Towards a practical conceptual model for the sustainability–resilience nexus in tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 25(10): 1385–1400.
- Farrell, B. & Twining-Ward, L. (2005). Seven Steps Towards Sustainability: Tourism in the Context of New Knowledge. *Journal of Sustainable Tourism* 13(2): 109–122.

- Folke, C., Carpenter, S., Elmqvist, T., Gunderson, L., Holling, C.S. & Walker, B. (2002). Resilience and sustainable development: building adaptive capacity in a world of transformations. *Ambio* 31(5): 437–440.
- Köseoglu, M.A., Sehitoglu, Y. & Parnell, J.A. (2015). A bibliometric analysis of scholarly work in leading tourism and hospitality journals: the case of Turkey. *Anatolia* 26(3): 359–371.
- Lehtonen, M. (2004). The environmental–social interface of sustainable development: capabilities, social capital, institutions. *Ecological Economics* 49(2): 199–214.
- Lélé, S.M. (1991). Sustainable development: A critical review. *World Development* 19(6): 607–621.
- Lew, A.A. (2014). Scale, change and resilience in community tourism planning. *Tourism Geographies* 16(1): 14–22.
- Lew, A.A., Ng, P.T., Ni, C. (Nickel) & Wu, T. (Emily). (2016). Community sustainability and resilience: similarities, differences and indicators. *Tourism Geographies* 18(1): 18–27.
- Liu, A. & Pratt, S. (2017). Tourism’s vulnerability and resilience to terrorism. *Tourism Management* 60: 404–417.
- Lucash, M.S., Scheller, R.M., Gustafson, E.J. & Sturtevant, B.R. (2017). Spatial resilience of forested landscapes under climate change and management. *Landscape Ecology* 32(5): 953–969.
- Luis Jimenez-Caballero, J. & Polo Molina, S. (2017). A bibliometric analysis of the presence of finances in high-impact tourism journals. *Current Issues in Tourism* 20(3): 225–232.
- Marianela, C. & Jesús, M.J. (2017). Multidimensional Analysis of Regional Tourism Sustainability in Spain. *Ecological Economics* 140: 89–98.
- Maser, C. (1998). *Vision and Leadership in Sustainable Development*. CRC Press.
- Michael Hall, C. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assessment of research quality in tourism. *Tourism Management* 32(1): 16–27.
- Postma, A., Cavagnaro, E. & Spruyt, E. (2017). Sustainable tourism 2040. *Journal of Tourism Futures* 3(1): 13–22.
- Roberts, E., Beel, D., Philip, L. & Townsend, L. (2017). Rural resilience in a digital society: Editorial. *Journal of Rural Studies* 54: 355–359.
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B.D. & McLennan, C.J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism* 23(4): 517–535.
- Sánchez, A.D., de la Cruz Del Río Rama, M. & García, J.Á. (2016). Bibliometric analysis of publications on wine tourism in the databases Scopus and WoS. *European Research on Management and Business Economics*.
- Sheppard, V.A. & Williams, P.W. (2016). Factors that strengthen tourism resort resilience. *Journal of Hospitality and Tourism Management* 28(Supplement C): 20–30.
- Southwick, S.M., Vythilingam, M. & Charney, D.S. (2005). The psychobiology of depression and resilience to stress: Implications for prevention and treatment. In *Annual Review of Clinical Psychology* (Vol. 1). Palo Alto: Annual Reviews.
- Strandberg, C., Nath, A., Hemmatdar, H. & Jahwash, M. (2016). Tourism research in the new millennium: A bibliometric review of literature in *Tourism and Hospitality Research*. *Tourism and Hospitality Research* 1467358416642010.
- Tanguay, G.A., Rajaonson, J. & Therrien, M.-C. (2013). Sustainable tourism indicators: selection criteria for policy implementation and scientific recognition. *Journal of Sustainable Tourism* 21(6): 862–879.
- Tokic, K. & Tokic, I. (2015). Bibliometric Analysis from the Perspective of a Croatian Tourism Journal. *Qualitative & Quantitative Methods in Libraries* 927–936.
- Torres-Delgado, A. & Palomeque, F.L. (2014). Measuring sustainable tourism at the municipal level. *Annals of Tourism Research* 49(Supplement C): 122–137.

SIMUNUL : THE SEAT OF ISLAMIC CULTURAL HERITAGE AND BENCHMARK OF ECOTOURISM IN THE PHILIPPINES

Dr. Mary Joyce G. SALI
Mindanao State University
chancellor.tcto@msu.edu.ph

Dr. Forma L. GONZALES
Mindanao State University
forma_gonzales@yahoo.com

Abstract

Simunul is the first seat of Islam in the Philippines . Being so, it has imprinted Islamic culture and has spread widely all over the country that became the true Religion of Muslim Filipinos for over 600 years. The long period of its existence has brought forth Islamic values and became a way of life among Filipino Muslims . This study explained and analyzed Simunul as the seat of Islamic cultural heritage in the Philippines, its significance to Philippine history , how did it develop into a world class eco-tourism and what have the Sama of Simunul done to sustain the popularity and sacredness of its name as cradle of Islamic civilization in the Philippines and even in Asian Countries. The study utilized descriptive-qualitative design conducted at the seven (7) barangays in Simunul, Tawi-Tawi, Philippines with ten (10) key informants from each barangay. It used a structured questionnaire interview as an instrument to gather data where the researchers went to the seven municipalities to research in order to obtain accurate information and were treated in matrix format. It revealed that Islam became the foundation of life in terms of religion, socio-economic, political, educational , moral and physical developments in Simunul and in other parts of Southern Philippines. It also showed that Islam established a strong identity among the Muslim Filipinos that made the country famous for cultural heritage. As such, the researchers concluded that Islam is a religious legacy from the Islamic world that served as the Philippines contribution to world history and a strategic force to eco-tourism. Therefore, the researchers recommend more developments and attention by the Philippine government to sustain the history and beauty of Simunul , more tourists especially from Islamic world visit and help Simunul improve , preserve and safeguard its eco-tourism in the way of Islam.

Key words: Simunul, Islam, cultural heritage, eco-tourism, Muslim Filipinos.

INTRODUCTION

Ecotourism is in its full swing to progress anywhere in the world today. With this, it is significant to the people's social and religious practices in their wish to live happily and peacefully. In Simunul, Tawi-Tawi, being the first seat of Islam in the Philippines , ecotourism is governed by Islamic values and is encouraged to be sustained in the province as well as in the entire country.

Tourism is defined in Simunul, Tawi-Tawi, Philippines as a travel from outside and within the municipality, province, region , country for a short period of time to see and enjoy the beauty , scenery and surrounding of the Islamic heritage found hereat. It is usually done by all enthusiastic people regardless of race, religion and tribe .The visitors are composed of family, group of professionals, stakeholders, individuals , researchers, scholars and other people from different interests and disciplines. Their objectives are similar, that is to see, explore and take the first hand information of the first seat of Islam in the Philippines. Indeed, this conforms that value of Islamic tourism is significant. Henderson (2009) said that Islamic tourism is mainly by Muslims but can be extended to non-Muslims motivated by Islam to travel which takes place in a Muslim world. Simunul ecotourism is part of this concept.

Duman (2011) asserted that technological advancements have brought massive changes in tourism participation. He further said that compared to several decades earlier, human beings nowadays can travel in large numbers and spend in considerable amount of their time and money for tourism purposes. Through this , travelling to Simunul from outside Philippines is now easy and viable.

In Simunul, Tawi Tawi , Philippines , there are seven aspects of man's quest for ecotourism development .The Sama of Simunul are all Muslims and are concerned of development in terms of

Islamic ecotourism. First and foremost , the **Religious aspect** . They have always been practicing Islamic faith from the very day of the arrival of an Arab missionary, Sheik Karimul Makdum. Islam has become their way of life and existence. From the 13th century to present , they have remained religious in the way of Islam by faithfully practicing its teaching and principles. History has gone down from period to period, from regime to another where several colonizers have occupied the Philippines. Yet Islam in Simunul has remained steadfast. This situation is known in History of the Philippines that became the source of Islamic tourism.

Second, **physical aspect**. Every Sama Simunul in the municipality and the province move around every after the prayer time especially after the Fajr (the dawn prayer) . They make this as their daily routine in the form of an exercise to stroll, feel the fresh sea breeze, and view its beautiful coastal areas as a way of sight seeing around the village. Then, they start their domestic work with a beautiful day in the way of Islam that promotes Islamic tourism.

Third, **social aspect**, the Sama of Simunul are social beings, they need company and a group of their fellow beings to work and converge together in the way of Islam to share their aspirations, hopes and dreams to make their community a better place to live . As followers and worshippers of Islam , they also share their problems which they can resolve by exchanging discourse for a solution. Islam is the way to attain peace among them. Their recreation to appreciate an emblem of a big Mosque, and an obligatory performance of a daily service to the Almighty Allah at The Sheik Karimul Makdum Mosque is a great legacy of cultural heritage that invites other people to have an ocular view of this memorable symbol of Islamic greatness in Simunul .Daily congregation is social reality and part of an Islamic tourism by other Sama from other villages as well as visitors from different places.

The Sama of Simunul are enthusiastic about Education. Educational aspect has made them in the forefront of 99% literacy thereby putting them in the first hierarchical structure of educational qualifications among the Sama tribe in Tawi-Tawi. With education, they have gone far even beyond borders ; practically almost all of the family households are government employees where majority of them are in teaching positions. Many of them are professionals in their own field and are working abroad like in Saudi Arabia, London, Canada, Southeast Asia. It contributed to the improvement of the municipality and has added attraction to Islamic tourism like the establishments of the Madrasah Schools, local academic institutions and the Iqrah Arch that serves as the tower stand of the Qur'an. More so, the vast virgin forest around this island municipality are bounties of Islam because the Sama of Simunul believes that preserving the natural resources is a way to safeguard Islamic tourism . It is bad to burn and destroy the woods for it is very useful to the life of man and Islam means preservation of man's life. These woods have grown beautifully that attracts people from all walks of life. Indeed, an Islamic education is in the fore.

Another aspect of human life is Economic . The Sama of Simunul has developed tourism in terms of their economic activities. Seaweeds planting in the area has made this island a gateway to tourism. The planting and harvesting as well as supplying the seaweeds to many places have added to the top gross in socio-economic activities of the Tawi Tawians. These farmers are Muslims . Being industrious and hardworking is an exercise of Islamic values , hence, Islamic tourism is attained .People going to Simunul appreciate the seaweeds farm and the abundance of marine resources are gathered and exported that increase their economy. It is to be noted also that these marine products whet the visitors' appetite. All of these are cooked in natural and traditional way to ensure its Halal status. This promotes Islamic tourism in the municipality.

This economic aspect is reinforced by politics . Political aspect is another aspiration of human beings . The Sama of Simunul are not exempted from it and Simunul is a peaceful society . Its people has been in good governance. Islam promotes peace. There is no conflict of leadership in Simunul. There is unity and solidarity among this tribe that made them known throughout the Philippines as peace-loving people. In this context, the visitors are secured and always at peace whenever they come to Simunul because they know it is governed in the way of Islam. Their political activity has become tourist attraction too. The political structure is in conformity with Islam. The Mayor of the

municipality is the leader and a model. He functions politically in accordance with Islamic law that all governing policies are within the tenets of Islam. The political situation has always been observed with Islamic tradition that prompted all people in the country to visit with appreciation.

With good politics on hand, moral aspect plays a significant role. The rights of every Sama in Simunul are respected and recognized. Their suggestions, comments and involvements in all community activities are carried out as long as it is within the context of Islam. This encourages and inspires visitors to deal with them because they do act and behave in congruence with Islamic principles and doctrines. Hence, Islamic tourism in this island is viable and positively acceptable in the true spirit of Islam.

With all these aspects of human life that is within the thoughts of the Sama of Simunul, it could be told that Simunul is the seat of Islamic cultural heritage. Islam has been sustained in full force and deep realization. All the remnants and symbols of Islamic thoughts has been preserved and exercise to an ideal culture that is demonstrated and expressed with pure heart and action.

Along the line of cultural heritage, it has persuaded the people to come to Simunul. This becomes a benchmark of ecotourism in the Philippines. They are influenced by the thought of its beauty internally and externally where it encouraged them to accept that Islamic tourism is indeed an enlightenment of ideas which they can pattern and perhaps adapt it their own place with sincerity.

It is in this pretext that many people from local areas, region, national and even international scene come to visit Simunul to see Sheik Karimul Makdum Mosque. Upon setting on its soil, they realized that the majestic structure is a history in itself. It makes them also realize the flora and fauna of the virgin forest, wide woodlands, beaches and coastal areas, mangroves, marine resources and all the more the summer wind that splash on to their faces that give them a clear and fresh outlook with complete relaxation. This information is brought forth in the local media as well as in national and international limelights.

Every November 7 of the year, the Autonomous Region in Muslim Mindanao (ARMM) together with the Office of the Governor of the Province of Tawi-Tawi and the Mayor of Simunul and its people commemorate the beginning of Islam in the Philippines which is called The Sheik Karimul Makdum Day. It is celebrated at Tubig Indangan. Many visitors come to witness the spectacular cultural programs and competitions mostly on Islamic context. This makes the gathering meaningful, challenging, enlightening, informative and most of all attractive to the sights of everyone in the social media.

Wherefore, Simunul is a benchmark of ecotourism in the Philippines.

This paper explains and analyzes Simunul as the seat of Islamic cultural heritage in the Philippines, its significance to Philippine history, its development into a world class tourism and the strategies of the Sama of Simunul to sustain the popularity and sacredness of its name as the cradle of Islamic civilization in the Philippines and even in Asian countries.

METHODOLOGY

This study utilizes descriptive-qualitative design conducted in Simunul with key informants and researchers participant as the primary sources that employed the structured questionnaire interview where data are gathered and treated in matrix format.

FINDINGS

Table 1. Presents explanations and analysis of Simunul as Seat of Islamic cultural heritage and benchmark of ecotourism in the Philippines.

Simunul	This island municipality is blessed by the Almighty Allah and History records it as the first seat of Islam in the Philippines. Being so, it
---------	--

	invites people from all places to have an ocular view of the said municipality to prove to themselves that it is really an archive of the past that would support the information of the present.
Islam	As a true religion, it has transformed the Sama of Simunul into a very religious and peaceful people and have lived in the way of Islam that have sustained the prestige mark in Asia and around the world.
Islamic Cultural Heritage	The presence of Sheik Makdum Karimul Mosque and other mosques in all villages glorifies Simunul as seat of Islamic culture. It has expressed and exalted Islam as the Divine Guidance among the natives.
Natural resources	The rich and beautiful natural resources on land and sea make Simunul as benchmarks of ecotourism in the province and even in the country. It has attracted public, private entities and individuals to experience the beauty and the usefulness of its environment.

Table 2. Presents the development of Simunul into a world-class ecotourism .

Documentation and Publication	It promoted Simunul to become world-class ecotourism. Through this strategy, it made the people know all interesting scenic spots in this municipality. It encouraged them to read and even visit the place in order to contribute development that will make Simunul known throughout Asia. From this, it will bridge it to the entire Globe.
Government attention	Government programs have flourished and several projects have been implemented. The Philippine Government headed by the Department of tourism have been and are now as well as in the future focus attention in several improvements like clearing of environment, repairs of roads and bridges, upgrades transportation services and continuously sustain education through the construction of school buildings.
Acceptance of visitors	Attitudes like cooperation, unity of the natives count much in the development of Simunul. The Sama of Simunul are very hospitable and friendly. They welcome all kinds of people in order for them to reckon that they are very much welcome and

	accepted as ambassadors of goodwill of their own countries.
Tourism Adaptation through social media	Seeing the popularity of tourism industry encouraged and inspired Simunul to be in a circle of ecotourism. It is in this premise that Simunul is popular and considered to be the benchmark of Ecotourism. The social media has promoted Simunul and have put forth the campaign for it to become a real venue for tourists to enjoy and relax.

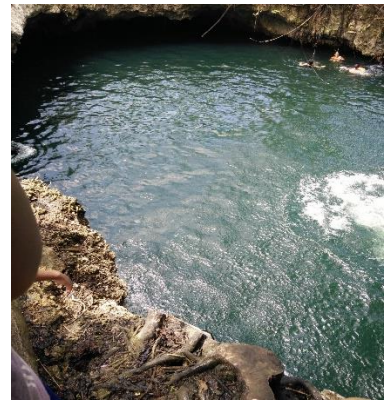
Table 3. Presents the strategies of Sama Simunul in sustaining the popularity and sacredness of Simunul as seat of Islamic cultural heritage in the Philippines and even in Asian countries.

Living in the way of Islam	The Sama of Simunul have made Islam as their foundation in life. Their daily activities have anchored on the true essence of Islam thereby making them progressive in all aspects of life.
Islamic Programs	Almost every month there are lectures conducted by local Ulamahs as a propagation of Islam. These are done to enunciate the values of Islam so that it will sustain in the minds and hearts of the Sama of Simunul.
Islamic Knowledge	There are young scholars sent to foreign countries to study about Islam. The massive learning of Islamic values in every households makes the Sama of Simunul equipped with it. Hence, they are well versed about Islamic thoughts and teaching. This will be transmitted from the present generation to the next. So that Simunul will always be in the Islamic limelight.
Yearly Haj and Umrah Performance	Practically 80percent of the natives have performed this obligation and are continuesly performing it. It is a must for all families. This is made as a requirement in the municipality and usually part of the family's effort to earn as their expenses in the fulfillment of this pillar of Islam.
Application of the seven aspects of human life	These aspects have put forth and made Islam as the springboard to

	<p>development and modernization and</p> <p>open Simunul to international ecotourism. Because islam is a global religion that has connected and linked all terrestrial planets to the earth. Simunul, Philippines is part and parcel of the world.</p>
--	--

Table 4. Presents ecotourism attractions in Simunul, Philippines







DISCUSSION

Ecotourism in Simunul has positive and limited impacts. Ecotourism development depends on its acceptance by the Sama of Simunul and the condition of its environment. There are several ways to be taken into considerations.

Sama Simunul Preferences. Since these people faithfully adheres to the tenets of Islam , visitors must observe Islamic ethical standards and that all tourist visitors with no exception must deeply respect and recognize Islam as their genuine objective of study and appreciation.

Cultural Heritage. Islamic culture has always been preserved, promoted and safeguarded in Simunul. It is therefore a must for all visitors to see from an Islamic perspective the authenticity and ethnicity of Islamic culture professionally and educationally.

Physical surroundings and infrastructure. Due to Islamic culture and tradition, the physical surroundings of Simunul has boomed with developments and modernity. One can see 95percent of the houses in this municipality are well-built and constructed with modern design .To the Sama of Simunul, shelter and venues in society are obligations and a great possession for the family to receive visitors, this is the way of Islam in their own perspective. They further believed, good and attractive surroundings develop best thoughts and improve themselves . This is an Islamic ecotourism.

Coastal and terrestrial ecotourism. Islam encourages Sama of Simunul to preserve these natural resources. The beaches, hill resorts, lakes , inland forest pool, parks and wetlands have remained untouched in the ways of Islam. Meaning, when there is a need to develop these , it has to be within the Islamic perspective. Fatwa is invoke here to perform rituals and practices.

Natural resources and absence of natural disaster. Simunul is full of natural resources and rich in biodiversity. These are considered for ecotourism development . Also, with the blessings from The Almighty Allah, the absence of the natural disaster makes these environments benefit the natives . It is the constant Islamic practices and daily prayers that prevents natural disaster from happening in this island municipality.

Inspite of the above-mentioned attractions , Simunul ecotourism has also some shortcomings for ecotourism development.

- a. **Unfriendly agricultural environment :** soil in this municipality is not suitable for farmlands to plant agricultural products because it is rocky. There is a need for the agricultural experts to examine and study this natural ground.
- b. **Residences are located along the seashore.** There is a need for town planning and implementation . Garbages and wastes are disastrous to marine resources .

- c. **Cemeteries along the road** and around houses are cultural practice that are not pleasant to the sights of the visitors. This makes the surroundings unfriendly to Islamic tourism.
- d. **Marine products do not have permanent venue** for marketing. They are all in small scale vendor markets that cause less income to the municipality.
- e. **Absence of directional signs:** directional and interpretative signs regarding environment to many ecotourism attractions have resulted in low awareness of several visitors .
- f. **Non-availability of Tourist Industry Offices-** this has brought weak operation of ecotourism in the municipality.

CONCLUSION

Simunul as the seat of Islamic cultural heritage is full of Islamic structures, beliefs and practices, natural resources that have attracted local, regional , national and international visitors. The Sama of Simunul give importance to develop ecotourism in the municipality that ensures environmental growth , planning and development . Visitors' need are fully served with hospitality and friendliness that makes ecotourism effective and attractive . It could be supplemented too by the collective and participative efforts of the natives and the government and private entities which are significant to the well being of the environments that promotes ecotourism.

RECOMMENDATION

With the aforementioned effort, plans and programs and other aspects of development for Simunul as the seat of Islamic cultural heritage and benchmark of ecotourism in the Philippines, it is hereby recommended 1. Tourist Industry Offices should be established both by public and private entities. 2.) Regular tourist service should be made available instead of using public transport; 3.) Tourist guides should be hired to assist tourists . 4.) Seminars and trainings should be conducted to tourist operators and guides.

ACKNOWLEDGMENT

Invitation from the convenors opportunity and privilege to read the paper in this First International Sustainable Tourism Congress is hereby gratefully acknowledged and appreciated.

REFERENCES

Duman, Henry V. (2011) *The Significance od Ecotourism*. New York; McMillan Company
Henderson, Benedict (2009) *Ecotourism: The Human Relaxation*. New Jersy: Prentice Hall

Local Key Informants

TURTLE ISLANDS WILDLIFE SANCTUARY ECOTOURISM DEVELOPMENT: PROMOTING CONSERVATION IN THE CONTEXT OF ISLAMIC CULTURE AND TRADITIONS

Prof. Dr. Filemon G. ROMERO
Mindanao State University
filemon.romero@yahoo.com

Dr. Mary Joyce G. SALI
Mindanao State University
chancellor.tcto@msu.edu.ph

Prof. Dr. Jumelita B. ROMERO
Mindanao State University

Abstract

The vision of the Turtle Island Wildlife Sanctuary Ecotourism Development is to be a regionally competitive Ecotourism Destination, within the Islamic context, in preserving its natural beauty and cultural richness, conscious of the need to conserve, enhance, sustain and develop these assets and ensure equitable sharing of benefits among its people. The municipality of the Turtle Islands has been declared as the Turtle Islands Wildlife Sanctuary by Presidential Proclamation 171, Series of 1999 and is the First Transboundary Protected Area for marine turtles in the world and is known the Turtle Islands Heritage Protected Area. Its major natural attraction is that it is ASEAN region's only remaining major green turtle rookery with high density nesting aggregation of hawksbill turtles. It harbors 80% of green turtle nesting population of the Philippines. However, the biggest threat to the viability of the green turtle population is the dependence of the population on turtle egg gathering for food and source of income leading to the decline in the population as shown in the reduction of turtle egg production through the years. Despite the organization of the Protected Area Management Board and the interventions from DENR and LGU and livelihood assistance from NGOs, the tenured migrants have not been weaned away from the turtle egg collection for food and source of income. There was a Permit System which allowed the tenured migrants on a rotational basis the right to collect eggs during the open season provided that 60% is for use and 40% is for conservation. But when the Wildlife Act was enacted, this was discontinued by the DENR but was taken over by the LGU. Most of the eggs end up being trafficked to nearby Sabah. Enforcement of the law from the Philippine Turtle Islands end is weak or no enforcement at all which needs intervention from Protect Wildlife. The common aspiration is to explore ecotourism as one way by which the tenured migrants be given a non-extractive source of livelihood for the community. A strategic ecotourism framework plan was formulated through a writeshop with the participants from the DENR, LGU and other stakeholders incorporating the vision, mission and strategies for ecotourism based on the guidelines set by DENR. In addition, all these are guided by conservation based on the fatwa on environmental management and that eco-tourism should be practiced based on Islamic values and also respecting the culture and traditions of the people of the community. The assumption is that if a community managed ecotourism would succeed, the communities will eventually have a sustainable source of income in addition to their traditional sources like fishing and farming and therefore would reduce the threat to the marine turtle population.

Keywords: Ecotourism, protected area, Islamic, culture, resource management.

INTRODUCTION

Turtle Islands is one of the Municipalities in the Province of Tawi-Tawi in the southern Philippines. It is a fifth class municipality composed of seven small islands/islets namely: Boaan, is the second largest island with an area of 76 has and highest elevation at 59 m, Lihiman is a mud and coralline island of about 29 has and noted for its explosive mud volcano extrusions. Great Bakkungaan is the third largest at 51 hectares with the highest elevation at 58 m. Langaan is a flat coral island of about 7 has and a perimeter of 458 m. Taganak is of volcanic origin and the largest island of the group with an area of about 116 has with the highest point at 148 m. Baguan is the easternmost of the islands and is also volcanic in origin. The bell-shaped island has an area of 29.1 has with the maximum elevation of 40 m. It has been declared as a Marine Turtle Sanctuary by virtue of Memorandum order No. 33,

Series of 1987.

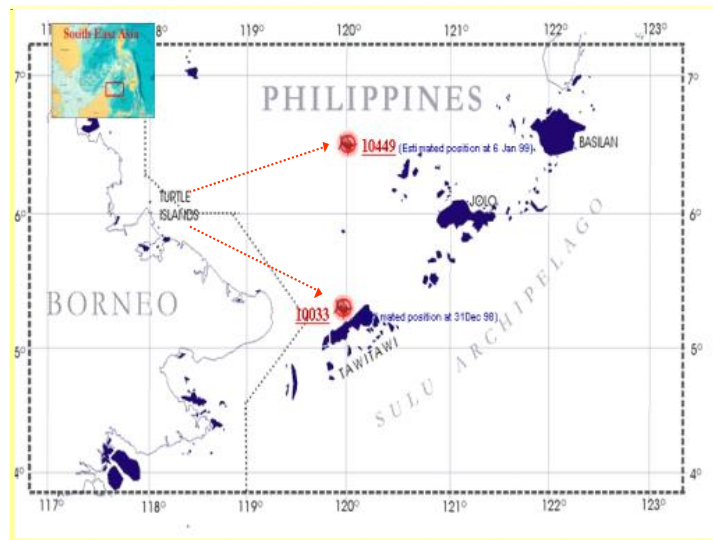


Figure 1. Location Map of the Turtle Islands

The whole municipality has been declared as the Turtle Islands Wildlife Sanctuary by Presidential Proclamation 171, Series of 1999. It is situated between coordinates 4° 30' and 5° 20' North Latitude and 199° 25' and 121° 52' East Longitude as shown in Fig. 1. On the west and north, it is bounded by the Sulu and Mindanao Seas, and on the east and south, by the Celebes Sea. The group of Islands, namely, Boan, Lihiman, Langaan, Great Bakkungan, Taganak, and Baguan. It has a total aggregate area of 241,495.92 hectares of which 298.27 hectares correspond to the land portions of the Sanctuary. This is shown in Fig. 2

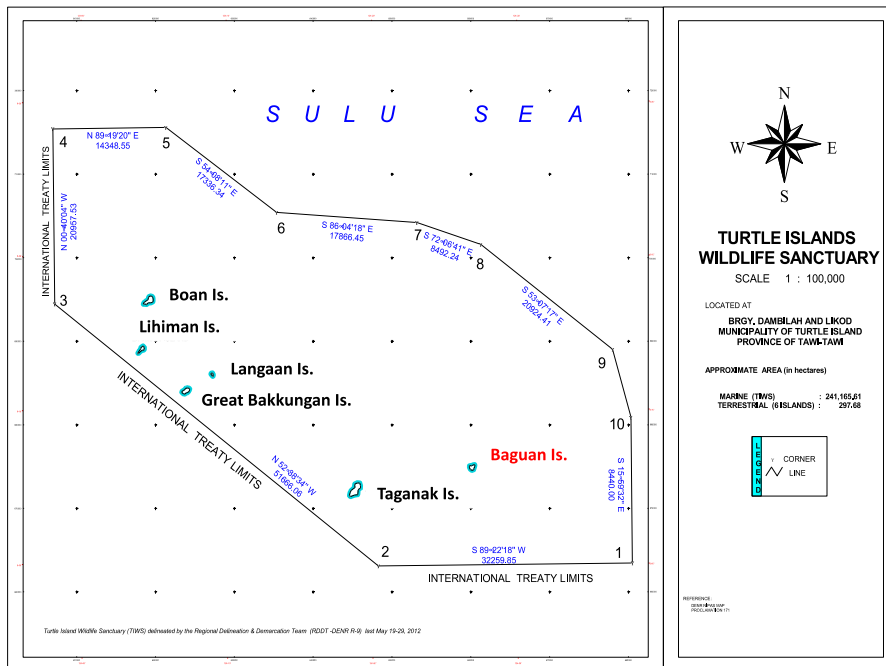


Figure 2. The Six Islands in the Turtle Islands Wildlife Sanctuary

Historically, the Turtle Islands have always been part of the Sultanate of Sulu. They officially became part of the Philippines under the 1898 Treaty of Paris, although they remained under the administration of the British North Borneo Trading Company until 1947. Up until then, the islands were still largely uninhabited. Migration of the Jama Mapun from the island of Mapun to the Turtle Islands began in the 1940s.

The primary source of income in the Turtle Islands is fishing, and 85% of household income comes from marine resource extraction. The people of the Turtle Islands, therefore, are highly vulnerable to changes in the ecosystem, because their livelihoods depend directly on the sea.

Table 1. Population Trend of the Turtle Islands

Name	Population Census 1990-05-01	Population Census 2000-05-01	Population Census 2010-05-01	Population Census 2015-08-01
Tawi-Tawi Province	228,204	322,317	366,550	390,715
Turtle Islands	2,296	3,600	3773	4727

REVIEW OF RELATED LIERATURE

The theoretical framework that serves as guideline on Ecotourism Planning and Management in Protected Areas is the Department of Environment and Natural Resources (DENR) Administrative Order (DAO) 2013- 19. This is pursuant to Executive Order 192 (Reorganization Act of the Department of Environment and Natural Resources), Republic Act No. 7586 (National Integrated Protected Areas System Act of 1992), Executive Order No.11 I (Guidelines for Ecotourism Development in the Philippines), Republic Act No. 9593 (Tourism Act of 2009), Republic Act No. 9710 (Magna Carta of Women), and other relevant issuances, and in order to provide direction in ecotourism planning and management in protected areas, this Order is hereby issued for the guidance of all concerned. It is the policy of the State to ensure the sustainable use, development, management, protection and conservation of the country's environment and natural resources for the enjoyment of the present and future generations. It is also the policy of the State to recognize sustainable tourism development as integral to the national socio-economic development efforts to improve the quality of life of the Filipino people providing the appropriate attention and support for the growth of this industry; and promote a tourism industry that is ecologically sustainable, responsible, participative, culturally sensitive, economically viable, and ethically and socially equitable for local communities.

The General Principles and Guidelines on Eco-tourism Management and Development shall be in accordance with the following internationally accepted principles: a) Conservation and sustainable use of biodiversity; b) Ownership by the local communities providing them business opportunities to sustain their well-being; c) Gender responsiveness and adherence to inclusive growth that considers women, children, indigenous peoples and informal sector activities; d) Promotion of learning experience and conservation awareness; e) Responsible action on the part of tourists and the tourism industry

Turtle Islands Wildlife Sanctuary is one of the priority Protected Areas under the National Integrated Protected Areas System per NIPAS Act. Bagadioan, B.C. and Del Fierro-Juan, N.D. (2013) noted that protected areas exist for two reasons: (1) that the ecosystem within that protected area is protected and allowed to flourish so that the communities and/or stakeholders involved in the protection of that site will gain something from their efforts, (2) that these areas are used to generate income, jobs, and

other forms of service to the community. There is nothing more efficient way of ensuring these than through ecotourism. They also claim that ecotourism has an inherent tri-bottom line including economic, social and ecological objectives, or “profit, people and the planet”. In a sense, ecotourism exists at the interface between these aspects of a community or society. As such, it requires an interdisciplinary approach to bring forth a successful project. Denman, (2001) on the other hand says that sustainable ecotourism relies on local knowledge, provides significant local income, and encourage communities to place a high value on protected areas, resulting in net conservation benefits. Ecotourism can be integrated with other sectors of the rural economy, creating mutually supportive linkages, and reducing financial leakage away from the area. In principle, multiple sector activity within the community should be encouraged.

Because ecotourism started not as a discipline, but as an idea, stakeholders, especially the government, operationalized it without a clear idea of what the principles of ecotourism are. The International Ecotourism Society managed to track the results of stakeholder meetings which led to the formulation of the ecotourism components and principles (Wood, 2012). However, most research reveals that there is a gap between the theories of ecotourism and local practices which caused problems in their destinations. There were limited stakeholder involvement and participation, some activities were likely to bring negative socio-cultural effects, economic, and environmental effects to the community. Among the challenges faced by destinations were related to leadership and control structures, degradation of the environment, infrastructure, financial support, and research (Juan, 2012).

METHODOLOGY

Environmental Scanning

Preliminary Site Evaluation is conducted to determine whether the site is appropriate for ecotourism and know the natural assets and biodiversity importance and significant cultural attractions. It is also important to know whether the site is accessible to visitors and security and peace and order and natural hazards as placed under control. Next full assessment would be conducted to include travel time and modes of transport and requirement for access, the different zones such as beach zones, set backs, buffer zones and built- up zones, tourist facilities, access infrastructure and administrative facilities, ecotourism Products, Ecotourism Operation which needs to be community managed, by LGUs or commercial tours and with the participation of the local communities given appropriate skills training.

Identification of Threat and Issues

Using KIIs and FGDs, the threats, problems and issues affecting the Turtle Islands Wildlife Sanctuary were identified. An interview tool was developed but focus of the identification of threat would be on marine turtle population which is the main attraction for this group of islands.

Management Interventions and Initiatives

Because this group of islands are parts of a protected area, the management interventions and other initiatives would be identifies to serve as input to the preparation of the Ecotourism Plan. Interventions that have been implemented by the DENR, LGU, NGSO and communities would be highlighted.

Planning Process

The preparation of this Ecotourism Framework Plan for the Turtle Islands Wildlife Sanctuary was done though a writeshop. The main objective of the writeshop was to draft the Turtle Islands Wildlife Sanctuary Ecotourism Framework Plan through a participatory process with the DENR 9, members of PAMB and other stakeholders. Specifically the writeshop will enable the participants to:

- Review and update existing information needed in the preparation of the Turtle Island Wildlife Sanctuary Ecotourism Plan;
- Understand the definition, general principles and guidelines on Eco-tourism Development

- based on Legal Orders, and Strategies for Eco-tourism;
- Undertake the ecotourism planning process, understand institutional arrangements applicable to the Ecotourism Plan for TIWS, identify eco-tourism products, marketing and promotion strategies, and ecotourism facilities;
- Prepare a Strategic Plan of Action for the Ecotourism Plan, resource mobilization and monitoring and evaluation tool; and
- Draft of the Ecotourism Framework Plan for the Turtle Island Wildlife Sanctuary

This was followed by workshop on Ecotourism Planning which included the Zoning, Visitor Site Planning, Sustainable Infrastructure Design, visitor management and revenue generation. This would be followed a business planning wherein a Memorandum of Agreement would be entered into by and between LGU/Private Sector and TIEZA which provided the funding for the infrastructure facilities. The Phase 3 of the process would be the development of an Ecotourism Management Plan Implementation to be followed by an Ecotourism Business Development. The last component of the process would be the monitoring and evaluation - program and impact monitoring.

5. Incorporation of Islamic and Cultural Context in Conservation and Ecotourism

The Jama Mapun, Tausugs, Sama and Bajau are the cultural communities in the Turtle Islands and they are all Muslims. Consultations were done with the Ulamas belonging to the Supreme Council for Islamic Preaching and Guidance of Tawi-Tawi to formulate the Fatwa on environmental protection and conservation. This stipulated guidelines or edicts based on the teachings of the Holy Quran and the Hadiths on what behaviors are encouraged and prohibited in man's relationship with Allah's creation. Foremost of which is the teaching that men are guardians or vice gerents of Allah and responsible for the things that Allah has placed under man's care. Consultations were also done with the elders of the community and the traditional leaders to understand the cultural and traditional practices which can be part of the eco-tourism attractions of the Turtle Islands.

RESULTS AND DISCUSSION

- The Turtles Islands is part of Tawi-Tawi province which considered to be a globally important Priority Conservation Area (PCA) in the Sulu Sulawesi Marine Ecoregion. It is in the southernmost part of the Philippines which is one of the countries of the Coral Triangle the Center of Marine Biodiversity in the World. Being such the group of islands is rich in marine biodiversity. Comparative Benthic Characteristics of Coral Reefs in Sulu Archipelago Reef Complex, Romero, F.G. (2015) showed that Baguan in the Turtle Islands had a live coral cover of 50% (WWF, 1998). This was comparable to the results of the live coral cover of 67% in 1997 and 41% in 1999 in Tubbataha Reef (WWF, 2000). The percentage live hard coral cover in these two important reef areas in the Philippines because they are protected areas and have been in proper management for the past how many years. Comparative Reef Fish Biomass Estimates in Sulu Sea also shows that in Tubbataha Reefs, total fish biomass estimates was 63.7 mt/km² in 1998 (WWF). In Jessie Beazly – 164.5 mt/km² in 1998 but rose to 223.5 mt/km² in 1999 (WWF) and in the Turtle Islands it was 50.4 mt/km² in 2003 (WWF). Figure 4 shows the very good coral cover and reef fish biomass in the Turtle Islands. Fishes belonging to 21 families have been identified in the islands.



Figure 3. Sample benthic organisms and reef fishes in the Turtle Islands

The Turtle Islands is the ASEAN region's only remaining major green turtle (*Chelonia mydas*) rookery and high density nesting aggregation of hawksbill turtles (*Eretmochelis imbricata*). The first is classified as Endangered and the second one is Critically Endangered based on IUCN classification and these are protected by law. The Turtle Islands harbors 80% of green turtle nesting population of the Philippines. It has served as a natural laboratory for sea turtle scientists and have been a model site for transborder conservation of migratory marine wildlife and for tourism. It has been part of the First Transboundary Protected Area for Marine Turtles as embodied in the bilateral agreement between the Philippines and Malaysia known as the Turtle Islands Heritage Protected Area. The whole sanctuary has a high economic potential because of its rich fisheries resources and also high potential for ecotourism. It is rich in biodiversity especially its excellent coral reef cover for SCUBA diving, snorkelling and other water sports. The highest potential however for ecotourism is Turtle Watching like in the island of Selingan where tourists have to book at least one year earlier to be accommodated.



Figure 5. A Green Turtle Laying Eggs is a Major Attraction in the Turtle Islands

There are also 200 spp of terrestrial flora and more than 42 spp of terrestrial fauna that have been identified in the Turtle Islands.

Threats, Issues and Problems

Based on the Focused Group Discussions conducted with the members of the Protected Area Management Board and the communities, the following have been identified as threats to the Turtle Islands Wildlife Sanctuary such as destructive fishing methods such as use of sodium cyanide and blast fishing; Unabated coral quarrying for construction and reclamation; Absence or improper waste management; Growing population and high poverty incidence. Poaching of commercial fishing vessels into municipal waters; and Pollution due to lack or absence of proper solid and wastewater management

The biggest threat to the green turtle population is the dependence of the population on turtle egg gathering for food and as source of income leading to the decline in turtle population laying eggs/nesting incidence as shown in in Baguan Island. In 2012, there were 16,059 egg laying incidence but in 2015 it showed a decline to only 10,618 nesters. Despite management interventions from the DENR and LGUs and Livelihood assistance from NGOS, the tenured migrants have not been weaned away from this traditional source of income and food. Eggs are collected in the 5 Turtle Islands are being trafficked to nearby Sabah. Enforcement from the Philippines Turtle Islands end is weak or no enforcement at all which needs intervention from Protect Wildlife. The common aspiration is to explore Ecotourism as the answer to this dependence of the tenured migrants on turtle egg collection. The assumption is that if community managed ecotourism would succeed, the communities will eventually have a sustainable source of income in addition to their traditional sources.

Management and Conservation Initiatives

There have been a number of institutional programs and initiatives geared towards the protection and effective management of the TIWS, along with the well-being of the local communities.

Local Government of Turtle Islands. The TIWS is part of the municipality of Turtle Islands and the province of Tawi-tawi. The local government officials are mandated to ensure the protection and sustainable utilization of the natural resources, as well as the deliver the needs of the constituents. The local government of Turtle Islands has been in constant cooperation with various government and non-government agencies as regards the primary concern of protecting the remaining marine turtle populations in the area.

DENR – Pawikan Conservation Project The Department of Environment and Natural Resources organized the Pawikan Conservation Project (PCP) in 1979. Said organization is mandated to protect the marine turtle population in the area with Baguan Island as the main island for protection. It has also been actively working with the local government and various other government agencies.

Protected Area Management Board (PAMB) The Turtle Islands Wildlife Sanctuary (TIWS) covers the whole Municipality of Turtle Islands, including its surrounding waters. It was declared as a Protected Area in 1999 by virtue of Presidential Proclamation No. 171 following the requirements prescribed under R. A. No. 7586, otherwise known as the National Integrated Protected Areas System (NIPAS) Act of 1992. Under the NIPAS Law, a protected area management board (PAMB) was constituted directly manage the protection and possible sustainable activities in the area. All activities pass through the scrutiny and decision of the PAMB whether to allow said activities in the TIWS.

TIWS Management Plan The Turtle Islands Wildlife Sanctuary (TIWS) Management Plan is the most comprehensive management system that directly affects the protection and utilization of the TIWS. Properly discussed and approved by the PAMB, the TIWS Management Plan clearly indicates the zonation and identification of the islands as regards various utilization, including tourism.

Table 2. Zoning of the Turtle Islands Wildlife Sanctuary

Zone	Area
Strict Protection Zone (SPZ)	Baguan and its coral reefs are under the Strict Protection Zone. Other coral reefs to be identified thru consultation will be also under Strict Protection Zone.
Multiple-Use Zone (MUZ)	Almost all waters of the TIWS are classified as Multiple-Use Zone. Taganak, Bakunggan, Boan, are generally classified as Multi-Use Zone Nesting beaches/areas in Langaan, Lihiman Taganak, and Bakunggan
	Some areas in Taganak, Langaan, Lihiman, and Boan can be classified under Recreational Zone. Clotilde Rock, Laurel Rock and other shoals and rocks must be classified as recreational zone for scuba diving and other related activities.

Included in the Management Plan that this framework seeks to amend is the identification of Baguan Island as a Strict Protection Zone which does not allow any form of utilization or visits through tourism. In the general management planning strategy provided under the NIPAS Act, the concept of zoning, among others, has been emphasized to serve as a workable guide in the management of TIWS.

Environmental Best Practices

- Solid Waste Management
- IEC Programs
- Regular Coastal Cleanup on Nesting Beaches
- Promotion of Environment Friendly Livelihood Programs

Approval of the Ecotourism Management Plan

Upon completion of the Ecotourism Planning process in accordance with Section 6 hereof, the Ecotourism Management Plan shall be reviewed by the Regional Ecotourism Committee (REC) and if found in order, the REC shall recommend it for approval by the Protected Area Management Board (PAMB).

Component Activities in the Formulation of the Ecotourism Development Plan

1. Zoning for Visitor Use
2. Visitor Site Planning and Design
3. Sustainable Infrastructure Design
4. Visitor Management
5. Revenue Generation

Ecotourism Products

- Marine Turtle Watching
- Scuba Diving
- Island-hopping
- Swimming and Snorkeling
- Cultural Tours

Conservation and Ecotourism in the Islamic and Cultural Perspective

Provincial Fatwa on Marine Environmental Protection and Conservation (formulated by the Ulama of the Supreme Council for Islamic Preaching and Guidance) shall be the foundation of this Ecotourism Plan. Narrated Ibnu Umar (May Allah be pleased with him): I heard Allah's Messenger (Peace be upon him) saying, "All of you are guardians and responsible for your wards and the things under your care..." [Al-Bukhari and Muslim]. The Prophet said: "Be merciful to those in the earth (land and sea), so the One above the heaven will be merciful to you." (At-Tabarani and Al-Hakim). On destructive fishing methods: Blast Fishing is prohibited in Islam because it endangers human life, destroys marine species and fish habitats and causes wastage in abandoning tiny dead fishes and sometimes large fishes. Basis: "And be not cast by your own hands to ruin." [Al-Qur'an]. Cyanide fishing is forbidden because it is injurious to human health and life whether directly or indirectly as well as destructive to marine and aquatic resources. Legal basis from the Holy Qur'an Allah the Most High says "And do not kill yourselves (nor kill one another)." [AlQur'an 4:29]

As a general rule, this will cater to all kinds of tourists from various countries wanting to visit the Turtle Islands. However, as a predominantly Muslim Community, this would aim to promote a Halal tourism market to attract tourists from neighboring Muslim countries like Malaysia and Indonesia. *Halāl* refers to consumption and utilization of things that are not forbidden by the Qur'an and the *Sunnah* (sayings and deeds of the Prophet Muhammad). *Harām* denotes unacceptable consumption and utilization of things. From this point of view, categorisation of tourism-related goods and services are designed, produced and presented to the markets according to Islamic rules (*shariah*). This can be considered under *halāl* tourism such as *halāl* trips, hotels, airlines and foods. *Halal* form of tourism is one that does not go against Islamic values.

Ecotourism should also respect traditional and cultural practices. It calls for respect for local communities and the local environment, benefiting the locals, acting with decency and learning about

other cultures. Among the Religious Festivities that can be observed as part of ecotourism are *Eidil Fitri* and *Eid'l Adha*, *Maulidin Nabi*. The cultural or traditional aspect can include a visit to the shrine of the one of the seven Makdumins in Baguan Island. Another aspect is the holding of festivals like the “*Adlaw sin Payukan*” - Marine Turtle Day Festival held every 23rd of May the day that Turtle Islands was declared as a Turtle Islands Wildlife Sanctuary. This may also include participation in the Annual Seaweed or *Agal Agal* Festival of Tawi-Tawi. Dances like the (*Lunsay* – traditional dance of the Jama Mapun and the *Pangalay* shall also be promoted together with the Rituals such as *Paghakika* – Baptism, *Pagtammat* or – Graduation or Qur’an Recital, *Pagkawin* – wedding, Pag Islam – *circumcision* (rite of passage).

CONCLUSION AND RECOMMENATIONS

It is hoped that turtle islands ecotourism would lessen the threat to this endangered species and save the green sea turtle from extinction. It is recommended that;

- Visitor management shall be supported by a carrying capacity study to be determined by DENR.
- For revenue generation, determination of fees in protected areas shall be in accordance with existing guidelines and other applicable and relevant rules that may be issued by the DENR; and
- The strategies shall serve as guide in determining the appropriate ecotourism businesses that may be developed and in what specific site these should take place within the protected area.
- Building capacity of the community in the operation of the ecotourism facility is a must so that they stand to optimize the benefit out of ecotourism.

REFERENCES

- Bagadion, Benjamin C Del Fierro-Juan Nerissa D. 2013. Transforming Protected Areas into Effective and Sustainable Ecotourism Destinations: Lessons From The Ground. Asian Institute of Management Business and Development Research
- Derman, R. (2001). Guidelines for Community-Based Ecotourism Development. Ledbury, UK: WWF International.
- Juan, N. (2012). What are the Principles, Challenges, and Opportunities of the Local Government in Implementing Sustainable Tourism in the Philippines: A Case Study of Bolinao, Pangasinan. Master's Dissertation. London, UK: Cardiff Metropolitan University.
- Libosada Carlos, Jr. 2009. Turtle Islands Ecotourism Development Framework Plan. Conservation International Philippines, Quezon City
- Romero, F.G. 2009. Promoting Stakeholdership and Incorporating Traditional Management Practices of Indigenous Peoples of Tawi-Tawi in Coastal Resources Management. Regional Conference on Community Development, UP Diliman Qc.
- Supreme Council for Islamic Preaching and Guidance. 2016. Provincial Fatwa on Marine Environmental Protection and Conservation. The Fisheries Improved For Sustainable Harvest Project^[1]Tawi-Tawi Field Office: Rachel's Place Hotel and Restaurant Bldg., Ilmoh St., Lamion, Bongao, 7500 Tawi-Tawi.
- Wood, M. (2012). Ecotourism: Principles, Practices, and Policies for Sustainability. United Nations Environmental Program, Division of Technology, Industry, and Economics. UNEP^[1]

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMDE YÖRESEL YEMEKLERİN ROLÜ VE ÖNEMİ; KASTAMONU ÖRNEĞİ

Metin MIZRAK

Kastamonu Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği TYLP Öğrencisi
metinmizrak@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Aydoğan AYDOĞDU
Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
aydoganaydogdu@gmail.com

Arş. Gör. Emrah YAŞARSOY
Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
eyasarsoy@kastamonu.edu.tr

Özet

Turizm, ülke ve bölge ekonomileri için oldukça önemli bir gelir kaynağı özelliği taşımaktadır. Turizm faaliyetleri arasında gastronomi turizmi yöre halkına sağladığı pozitif değerlerle ön plana çıkmaktadır. İnsanoğlu yemek yeme etkinliğini, açlığı gidermenin çok ötesine taşımış, sosyalleşme, farklı kültürleri deneyimleme, sağlıklı ve doğal ürünlere ulaşma boyutuna getirmiştir. Hızla küreselleşen dünyada, beslenme alışkanlıklarının hızlı tüketime dayalı beslenmeyi desteklediği günümüzde, unutulmaya yüz tutmuş somut olmayan kültürel mirasımız yöresel yemekler kültürünün korunması, yaşatılması, gelecek nesillere aktararak sürdürülebilirliğinin sağlanması daha büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı bölge ve yöre halkına ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda etkileri olan yöresel yemeklerin sürdürülebilir turizmde ki rolü ve önemini belirlemektir. Çalışma nitel araştırma yöntemlerinin işe koşulduğu, tarama modeline sahip bir araştırmadır. Araştırmanın sonucunda, 167 adet tekrar etmeyen yöresel yemek tarifi kayıt altına alınmıştır. Bunun yanında, yöresel yemeklerin hazırlanması, pişirimi ve sunulmasında kullanılan yöresel ürünler, araç ve gereçler de çalışmada yer almıştır.

Anahtar kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Yöresel Yemekler, Kastamonu.

THE ROLE AND IMPORTANCE OF LOCAL FOOD IN SUSTAINABLE TOURISM; AN EXAMPLE OF KASTAMONU

Abstract

Tourism is an important source of income for country and regional economies. Among the tourism activities, gastronomic tourism is at the forefront with the positive values provided to the local people. Humankind has brought its eating habits far beyond hunger; they have brought it to the level of socialization, experiencing different cultures and reaching healthy and natural products. In today's fast-globalizing world, where fast food consumption habits support nutrition, it is more important that we keep our forgotten cultural heritage, the preservation, survival, and sustainability of local food cultures. In this context, the aim of the study is to determine the role and importance of local food, which has economic, social and cultural effects on the region and local people, in sustainable tourism. Qualitative research methods and screening model are used in this study. As a result of the research, 167 non-repeating regional recipes were recorded. In addition, local products, tools and utensils used for preparation, cooking and presentation of local dishes are also included in the study.

Key words: Sustainable Tourism, Local Foods, Kastamonu.

1. GİRİŞ

Kalkınma; sadece üretim artışı ile sağlanamamakta, gelenek, örf, kültür, sosyal hayat, etik değerler vb. etkenlerle de desteklenmektedir (Geray, 1991; Oakley ve Garforth, 1985; Savaş, 1979). Kalkınma

sadece maddi anlamı değil toplumsal gelişimi ve değişimi de ifade etmektedir. Bu nedenle yaşam standartlarının yükseltilmesi kalkınmayı tanımlayan basamaklardan yalnızca birisidir. Kalkınma yöreyi/bölgeyi hedef aldığından başarı için tüm paydaşların çalışmaya dâhil edilmesi önem arz etmektedir (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı [BAKKA], 2014).

Yöre halkının ve yerel unsurların bölgesel kalkınmada aktif rol aldığı en önemli hizmet sektörü kollarından biri de turizmdir. Cohen (1979)'e göre turizm; belirli bir yeri tatil, eğlence, arkadaş ve aile ziyareti, spor, dinlenme, tur gibi boş zaman faaliyeti için ziyaret etmektir (Karaküçük, 2016). Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (Association Internationale d'Experts Scientifiques du Tourisme [AIEST]) 1980'li yıllarda turizmi "*insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü*" şeklinde tanımlamıştır (Kozak, Kozak ve Kozak; Ahıpaşaoğlu ve Maviş, 2002). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization [UNWTO]) turizmi; "*Kişilerin ikamet ettiği yer dışındaki bir yerde bir yılı aşmamak üzere, boş zaman değerlendirme, iş veya diğer benzeri amaçlarla yaptıkları seyahat ve konaklama aktiviteleri*" olarak tanımlamaktadır (Karaküçük, 2016).

"Turizm etkinlikleri gerek katılanların sayısı ve bu katılımlar sonucu oluşan doğrudan, dolaylı ve uyarılmış ekonomik etkiler, gerekse de bireylerin turizm amaçlı yer değiştirmelerinin yol açtığı sosyal, kültürel, politik ve çevresel etkiler bakımından bin yılımızın en önemli olgusu haline gelmiştir" (Aydoğdu, 2012, 2011; Usta, 2005). Yöresel/bölgesel kalkınma göstergeleri incelendiğinde karşılaşılan ekonomik, sosyal ve kültürel etmenler turizmin temelini oluşturur.

Ülke ekonomilerine turizmin katkısı yadsınamasa da, bilinçsiz tutum ve davranışlar ve daha fazla kazanç isteği ile ülkelerin ekosistemlerine verilen zarar tartışma konusu haline gelmiştir (Kesici, 2012). Bu durum sürdürülebilirlik olgusunun önem kazanmasına yol açmıştır. Doğal hayatın ve kaynakların, kültürel değerlerimizin gelecek kuşaklara aktırabilmesi tehlikeye girmiş, koruma altına alma zorunluluğu doğmuştur. Somut olmayan kültürel mirasımızın önemli bileşenlerinden yiyecek ve içecek kültürü de bu durumdan etkilenmiştir (Çevik ve Saçılık, 2011; McCrecher, 2008). Küreselleşen dünyada, beslenme alışkanlıklarının hızlı tüketime dayalı beslenmeyi öne çıkarması günümüzde, unutulmaya yüz tutmuş somut olmayan kültürel mirasımız yöresel ve geleneksel yemek kültürümüz kaybolmaya başladığından (Durlu-Özkaya, Sünnetçioğlu, Can, 2013) korunması, yaşatılması, gelecek nesillere aktararak sürdürülebilirliğinin sağlanması büyük önem arz etmektedir.

Bir toplumun beslenme alışkanlıkları bireylerinin yaşam şekli ile ilgilidir. Yaşam şeklindeki bir takım farklılaşmalar zaman içinde beslenme kültürüne de yansımaktadır. Ancak bu durum, topluma, bölgeye veya yöreye göre değişik seviyelerde olmaktadır (Cömert ve Durlu-Özkaya, 2012; Akan, 2007; Şanlıer ve Arıkan, 2001; Baysal, 1993; Tekgül ve Baykan, 1993; Oğuz, 1990). Son zamanlarda doğal hayat, çevre bilinci ve sağlıklı beslenmenin önemi anlaşılmasına başlanması ile birlikte yöresel yemeklere ve yöresel gıdalara verilen önemde de artış gözlenmektedir. Yöresel işletmeler misafirleri için gıda çeşitliliği sağlamaya çalışırken tüketiciler de alacakları ürünlerde sağlıklı ve sürdürülebilirlik özelliklerini aramaktadır. Bu beklentilerden dolayı misafirler yöresel yemeklere yönelmektedir (Lang, Stanton, Qu, 2014). Nitekim Giovannucci ve arkadaşları Ohio'daki müşterilerin yöresel gıda için %30 daha fazla ödeme yapmaya razı olduklarını bildirmekteyler (Giovannucci, Barham, Pirog, 2014). UNWTO'da yeme-içme harcamalarının dünya turizm gelirleri içerisindeki payının %30 düzeyinde olduğunu bildirmekte olup, destinasyon seçme kararında yeme içmenin çok önemli olduğunu belirten turistlerin toplamın %88'nini oluşturduğu raporlanmaktadır (TURSAB, 2015).

Son zamanlarda kültür turizmi unsurlarını öne çıkararak marka bir varış noktalarından biri haline gelme yolunda büyük mesafe kaydeden Kastamonu'yu bu çabayı sarf eden diğer illerden ayıran en önemli özelliklerinin başında yöresel yemekleri olduğuna inanılmaktadır. Henüz kitlesel boyuta ulaşmamış turizm talebinin ilerleyen yıllarda Kastamonu'yu marka bir varış noktasına (destinasyona) dönüştürmesi ildeki tüm karar verici/paydaşlarca hedeflenen/istenilen bir amaçtır (Aydoğdu, Pamukçu ve Yaşarsoy 2015, ss. 358-359). Derin bir kültürel geçmişe ve çeşit zenginliğine sahip, doğallığı ve bölgeye has olma özelliği taşıyan Kastamonu yöresel ürünleri ve yöresel lezzetlerinin çekim gücü

oluşturması ve sürdürülebilir turizme katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Somut olmayan kültürel mirasımız yöresel ve geleneksel yemek kültürümüzün korunması, yaşatılması, gelecek nesillere aktarılacak sürdürülebilirliğinin sağlanması büyük önem arz etmektedir.

Bu bağlamda çalışmanın amacı; bölge ve yöre halkına ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda pozitif etkileri olan yöresel yemeklerin/ürünlerin sürdürülebilir turizmdeki rolü ve önemini belirlemektir.

Ayrıca çalışmada çok güçlü bir çekim gücüne sahip olan yöresel yemeklerin neler olduklarının saptanarak envanterlerinin çıkarılması da amaçlanmıştır. Böylelikle Kastamonu'ya ait yöresel lezzetlerin çekim güçlerini koruyabilmeleri, somut olmayan kültürel miras ögesi olarak sürekliliklerinin sağlanması da araştırmanın bir başka amacıdır.

Bu bağlamda araştırmada aşağıda sıralanan soruların yanıtları aranmaktadır:

- Kastamonu'nun öne çıkan yöresel yemekleri nelerdir?
- Hangi yemek gruplarında Kastamonu Mutfağı ön plana çıkmaktadır?
- Kastamonu yöresel yemeklerinin/ürünlerinin sürdürülebilir turizmde ki rolü ve önemini nedir?

2. LİTERATÜR TARAMASI

Turizmden elde edilen yararlar en çok sağlamış olduğu ekonomik kazanımlar boyutuyla ele alınmıştır (Olalı ve Timur, 1988). Ancak turizm etkinliklerinin çekici bir sosyo-kültürel ve fiziksel çevrede başlaması ve giderek genişleyerek mekân tüketen doğası (Olalı, 1990) zaman içerisinde sağlamış olduğu ekonomik yararların yanı sıra diğer konuların da gündeme gelmesi sonucunu doğurmuştur. Nitekim yakın bir geçmişe dek daha çok ekonomik faydaları ile değerlendirilip ön planda tutulurken, çevresel anlamda yaşanan olumsuzluklar dikkatlerin doğaya ve kültürel yapıya yönelmesi sonucunu doğurmuştur (Erdoğan, 2003). Yapılan araştırmalarda, turizmin sürdürülebilir kalkınmada artı bir rol oynayabilmesi için çevre korumaya verdiği önem üzerinde durulmaktadır. Turizm artık sadece ekonomik faydaları ile değil, insana ve doğal hayata yönelik etkileri açısından da bilimsel araştırmalarda yer bulmakta, ekonomik katkının gerçeğe yansımaları sorgulanmaktadır (Tolungüç, 1999).

Turizmin çok yönlü etkileri üzerinde yapılan çalışmalarda ortaya çıkan tartışmalar, doğaya, insana ve geleceğe duyarlı bir turizm anlayışının benimsenmesi ile sonuçlanmaktadır. Ortaya çıkan kavram ise sürdürülebilir turizmdir (Kath 1990; Hunter 1997, Nelson, Butler and Wall, 1993'den aktaran Nepal 2000). Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nca 1987 yılında yayınlanan Brundtland Raporu'yla Sürdürülebilir turizm önem kazanmıştır (Erdoğan, 2004).

Sonuç (2014), Yerel Gündem 21 kapsamında yer alan UNWTO'nun sürdürülebilir turizmi "*bugünkü turistlerin ve ziyaret edilen bölgelerin gereksinimi karşılarken anılan bölgelerin gelecek için de korunması ve fırsatların iyileştirilmesi*" olarak tanımladığını bildirmektedir (Sonuç, 2014, s. 15). Kınacı ve arkadaşları ise bu amacın gerçekleşmesi için turizmi besleyen ana damarların doğa, kültür, sosyal hayat, tarihi birikim ve çevre olduğu düşüncesi ile turizm hareketleri esnasında tüm paydaşlar arasında negatif etkileşimi ve olası sorunları asgariye indirmek üzere çaba sarf edilmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar (Kınacı, Pehlivan ve Seyhan, 2011).

Küreselleşen dünyada yaşanan hızlı değişim ve gelişim hayatımızda birçok farklılığa sebep olduğu gibi algılanan turizm anlayışında da bir takım değişikliklere sebep olmuş, uygulamada niteliksel ve niceliksel gelişim ve değişimlerle kendini göstermiştir (Yılmaz ve Gürol, 2012). Çarpık kentleşme, beton yığını şehirler, sanayileşme ve doğa tahribatı, varoluşundan beri doğa ile iç içe yaşayan insanoğlunu bunaltmaktadır. Bu nedenle en kısa süreli fırsatları bile doğaya kaçış, tabiata dönüş olarak görmekte, sakin, huzurlu, doğayla baş başa turizm planları tercih edilmektedir (Can vd, 2012).

Toplumlardaki yapısal değişimle beraber turizmde de değişimler yaşanmakta, turistler çevre konusunda bilinçli, koruma içgüdüleri gösterir duruma gelmektedir. Destinasyon tercihlerinde doğal hayat ve tabiat, geleneksel yaşam ve yöresel yemekler etkin rol oynamakta, farklı deneyimler

yaşamayı planlamaktadırlar (Güneş, 2013). Bir başka deyiş ile günümüz turistinin en belirgin özelliğinin tercih ettiği bölge kültürünü deneyimlemek isteyen, kültürel değerleri yaşayarak hazzı ulaşan yapıda olduğu ifade edilmektedir (Yüncü, 2009). Böylesi bir niteliğin tatil yeri seçimlerinde daha aktif ve eğitici turizm çeşitlerini ön plana çıkardığı söylenebilir (Güneş, 2013). Somut olarak günümüz insanının birikimlerini harcarken kısa süreli mutluluk verecek bir meta yerine, kendini mutlu edecek, beklentilerine ulaştıracak deneyimler satın almak gayesinde olduğu görülmektedir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017).

Bazı turistik destinasyonların pazarlamasında gastronomi büyük önem arz etmektedir (Kivela ve Crotts, 2005). Yöresel yemekler/yöresel ürünler ve mutfak kültürü bir bölgeyi ve insanları daha iyi tanıyabilme unsuru haline gelmiş, bu durumda gastronomiyi son zamanlarda seyahat deneyiminin merkezi haline getirmiştir (Lopez & Martin, 2006). Nitekim turizm paydaşlarının, destinasyon tercihinde daha fazla paya sahip olabilmek amacıyla öne çıkardıkları arz yönlü verilerin başında yöresel ürünler/yöresel mutfağın, bir başka ifade ile Gastronomi Turizmi'nin geldiği hususunda geniş bir uzlaşma vardır (Bucak ve Ateş, 2014; du Rand, Heath & Alberts, 2003; Göker, 2011; Cohen & Avieli, 2004). Zira destinasyon tercihlerini ister Gastronomi Turizmi ile şekillendirsin ister diğer turizm türlerinden şekillendirsin, yöresel ürün ve yöresel yemekler seçimde etkin bir oynamaktadır (Şengül ve Türkay, 2016). Sürdürülebilir gastronomik ürünler, gelecek kuşaklar için uzun vadede çevreyle ilgili sistem ve tarımın sürdürülebilirliğinin sağlanması olarak değerlendirilmiştir (Hu vd., 2010). Gastronomik ürünlerin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında, yöresel tarımsal üretimin, ananevi yöresel yemek tariflerimizin, anne eli değmiş ev yapımı tencere yemeklerinin devamlılığının, özel gün ve anlarımızdaki yöresel kültürün gelenekten geleceğe aktarılmasının başat olduğu vurgulanmaktadır (Yurtseven, 2011). Son dönemlerde turizm faaliyetlerine katılan kişilerin yöresel yemekleri tatmak, üretim şekillerini deneyimlemek isteğiyle kültürel turizm etkinliklerine artan bir talep gösterdiklerini belirleyen çok sayıda araştırmanın olması, yöre halkı ve gastronomi turizmi için yöresel yemeklerin önemini ortaya koymaktadır (du Rand & Heath, 2006; Hall & Sharples, 2003; Serçeoğlu, 2014).

Yöresel mutfak kavramını; *“yöreye özgü olan ürünler ile yöresel adetlerin birleştirilmesi sonucu ortaya çıkan, yöre halkı tarafından kendine özgü usullerle pişirilerek sunulan ve dini ya da milli duygularla tasarlanan yiyecek ve içeceklerin tamamı olarak tanımlamak olanaklıdır”* (Şengül & Türkay, 2015, s. 600).

Yöre mutfağı ziyaretçilerine kendi kimliğinin ve kültürünün yansımasını sunmakta; bu da rakip destinasyonlardan yöreyi farklı kılan unsur olmaktadır (Long, 2004). Yöreye ait otantik lezzetin başka bir yerde tadılamayacağı kabul edilmektedir. Bu nedenle planlanan ya da gerçekleştirilen turistik faaliyetin yegâne amacı bu lezzete ulaşmak ve yöresel yemek kültürünü deneyimlemek olmaktadır (Erdem, Mızrak ve Aydoğdu, 2017). Yöresel yemeklerin pişirilme yöntemleri kültürel hazinemiz olup, bu kültürel hazinenin tarihi belgeler olarak kayıt altına alınmaya devam edilmesi gerektiğine inanılmaktadır. Böylelikle yöresel yemekler otantik özelliklerini koruyabilecek gelecek nesillere aktarılabilir, uygulanabilir tarifler sürdürülebilir olacaktır (Aydoğdu ve Mızrak, 2017).

Yöresel mutfağın doğru tanıtımı için, yöresel yemeğin sunumu aslına sadık kalınarak yapılmalıdır, bu anlamda yemeğin standart tarifine uygun hazırlanması, özgün sunumun yapılması ve doğru pazarlanması hususunda görev alan kişilere büyük sorumluluk düşmektedir (Altunsaban, Yay ve Erdem, 2016). Burada önemi vurgulanan yöresel yemeklerin standart tariflerinin uygulanması ile yerel turistik işletmelere hizmet kalitesi, sürdürülebilirlik ve de verimlilik anlamında katkı sağlanacağı düşünülmektedir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017).

Turistik hareketlerin sebebi çok farklı olmakla beraber yöresel yemekler; destinasyonun popülerliğini arttırmak, seçim oranını yükseltmek, sektörel yeni olanaklar sunmak ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklemesi anlamında büyük önem taşımaktadır (Bezirgân ve Koç, 2014).

3. YÖNTEM

Araştırmada işe koşulan genel yaklaşım, konu ve önem, araştırmanın modeli, verilerin toplandığı kaynak, nüfus ve örneklem, verilerin toplanma biçimi ve çözümlenmesi alt başlıklarda sıralanmıştır.

3.1. Araştırma Konusu, Amacı, Önemi, Kapsamı

Çalışmanın amacı bölge ve yöre halkına ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda pozitif etkileri olan yöresel yemeklerin/ürünlerin sürdürülebilir turizmdeki rolünün ve öneminin belirlenmesidir.

Araştırma amaçlarının gerçekleştirilebilmesi için öncelikle turistik açıdan güçlü bir çekim gücüne sahip Kastamonu yöresel yemeklerinin neler olduğu, hangi yemek gruplarının ön plana çıktığı, pişirim malzemelerinin neler olduğu, araştırma konusunun içeriği olarak çalışmada yer almıştır.

Çalışmanın temel amacı Kastamonu Yöresel Yemekleri'nin envanterinin çıkarılmasıdır. Envanter çalışması ile yüzyıllardır süregelen somut olmayan kültürel miras ögesi yöresel yemeklerin sürekliliğinin sağlanmasına önemli bir katkı sağlanacağına inanılmaktadır.

Beklenen bu yararların ayrıca sürdürülebilir turizm anlayışının oluşması, gelişmesi ve sürekliliğinin sağlanması konularında da önemli bir katkı sağlayacağı umulmaktadır. Tüm bu anlatılanlar çalışmanın önemini de ortaya koymaktadır.

Yukarıda anlatılanlar ışığında araştırma kapsamının “Kastamonu Yöresel Yemekleri'nin geçmişten günümüze kullanılan malzeme çeşit, miktar, pişirim ve sunum biçimlerini de içeren bir bakış açısıyla envanterinin ortaya konması olduğu ifade edilebilir.

3.2. Araştırmanın Modeli

Çalışma nitel araştırma yöntemlerinin işe koşulduğu tarama modeline sahip bir araştırmadır. Uçak (2000)'a göre nitel araştırma yöntemleri, özellikle keşfetmeye ve ortaya çıkarmaya yönelik, tümevarım yaklaşımına dayalı yöntemlerdir (Uçak, 2000).

Tarama modelinde ise bilimin gözleme, kaydetme, olaylar arasındaki ilişkileri saptama, kontrol edilen değişmez ilişkiler üzerinde genellemelere varma söz konusudur. Bir başka ifade ile bilimin tasvir işlevi ön plandadır (Yıldırım, 1966). Tarama modelinde konu olan olay, birey ya da nesne kendi koşulları içinde olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Bir başka ifade ile var olan durum olduğu gibi ortaya konur (Karasar, 2005).

Çalışmanın giriş bölümünde yer alan araştırma sorularına geçerli ve güvenilir yanıtlar bulabilmek için iki aşamalı bir yol uygulanmıştır. Öncelikle Kastamonu Yöresel Yemekleri'nin neler oldukları ve bunlar içerisinde hangilerinin turistik açıdan birer çekim gücü oluşturdukları ilgili yazın taranarak saptanmıştır. Bu saptamada hazır veriden yararlanmanın yanı sıra araştırmacıların on yılı aşan bir süredir Kastamonu'da yapmış oldukları doğrudan gözlemlerden de yararlanılmıştır. Bu gözlemler konuk oldukları yöresel yemek pişirimi ve sunumu yapan restoran menüleri, anılan restoran sahip, yönetici ve/ya çalışanları ile yapılan sohbetlerin yanı sıra yöresel yemeklerle ilişkilendirilebilecek geçmiş araştırma deneyimleri (Aydoğdu ve Duman, 2017; Aydoğdu ve Mızrak, 2016; Sandıkçı, Aydoğdu ve Pamukçu, 2015) olarak sıralanabilir. Çalışmanın ikinci aşamasında ise Gastronomi Turizmi açısından çekim gücüne sahip olduğuna inanılan yemekler hakkındaki detaylı bilgilere kaynak kişilerle yapılan görüşmelerle ulaşılmıştır.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Kaynağı, Nüfusu ve Örnekleme

Araştırma sorularına geçerli ve güvenilir yanıtlar bulabilmek amacıyla bilgisine başvurulacak kaynaklarla ilgili iki aşamalı bir yol izlenmiştir. Birinci aşamada Kastamonu Yöresel Yemekleri'nin neler oldukları ilgili yazında birikmiş bilgiden yararlanılarak saptanmıştır. Sonrasında ise belge inceleme, görüşme ve doğrudan gözlem teknikleri ile Gastronomi Turizmi açısından çekim gücü oluşturan yemek çeşitleri tespit edilmiştir. Envanter çalışması için yöresel yemek sunan restoran menülerinin yanı sıra 15-22 Nisan tarihleri arasında Turizm Haftası etkinlikleri çerçevesinde Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından düzenlenen Yöresel Yemek Yarışmasında 2015-2016 yemek yarışması katılımcılarının hazırlamış oldukları yöresel yemekler de dikkate alınmıştır. Çalışmanın ikinci aşamasında ise Kastamonu mutfağında hangi yemek gruplarının ön plana çıktığı, Gastronomi Turizmi açısından çekim gücüne sahip olduğuna inanılan yemeklerin nasıl yapıldıkları,

kullanılan malzeme ve miktarları, pişirilme biçim ve süreleri kaynak kişilerle yapılan görüşmelerle saptanmıştır.

İl genelinde yapılan çalışma kapsamında görüşme yapılacak kişiler için öncelikle; İlçe Milli Eğitim Müdürlükleri, Halk Eğitim Müdürlükleri, Kaymakamlık ve Belediyelerle görüşülüp çalışma anlatılmış, yemek tarifleri, bilgi ve uygulama fiziksel olduğu kadar akıl sağlığı da yerinde olan yaşlı bireylerin saptanması ve onlarla görüşme imkânları sağlanması hususunda destekleri alınmıştır.

3.4 Veri Toplama Aracı

Çalışmada ilgili yazının yanı sıra araştırma sorularının yönlendirdiği bir görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler yüz-yüze yürütülmüş olup, katılımcıların izinleri alınmak suretiyle sesli kayıt da yapılmıştır.

3.5 Verilerin Analizi

Verilerin çözümlenmesi sürecinde temel olarak betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Bunun sebebi veri toplama aracı olarak kullanılan görüşme formunun ağırlıklı olarak açık uçlu sorulardan oluşmasıdır.

Görüşmeler sırasında ayrıca ses kayıtları da tutulmuştur. Analiz sürecinde eksik kalan notlar ses kayıtlarının dinlenmesi suretiyle giderilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Yerleşik hayata daha önce geçmiş topluluklar, sahip oldukları topraklardan geçen göçebe insanları ağırlamış, onlara sundukları ürünlerle yemek kültürünü tanıtmış, birçok açıdan farklılıkları bulunan bu insanları bir sofraya etrafında toplamıştır (Holat, Kozan, Sarıçoban ve Yılmaz, 2012: 341). Türkler tarih boyu beslenmeye değer vermiş, halkının aç kalmamasına önem göstermiştir (Talas, 2005; 275). Türk Mutfağı derin bir tarihi birikime sahiptir, göçebe yaşadığı Orta Asya' dan, yerleşik hayata geçtiği Anadolu'ya kadar birikim devam etmiştir. Selçuklu ve Osmanlı Saray Mutfağı ile zirve yapmış, Mezopotamya kaynaklı Anadolu mutfağı ile beslenmiştir (Güler, 2008). Dünyanın en zengin mutfaklarından biri olan Türk Mutfağı'nın avantajlarının başında özel bir coğrafyaya sahip olması gelmektedir (Özmen, Özer ve Kılıç, 2010: 364). Türkiye coğrafyasındaki farklı yapı ve iklim koşulları temelinde aynı damardan beslense de yöre mutfaklarının farklılaşmasına sebep olmuştur (Cingöz ve Cingöz, 2012: 258).

Geniş coğrafyasının sunduğu çeşitlilik, yaşanan farklı iklim koşulları Kastamonu'da zengin bir mutfak kültürü oluşturmuştur. Bu kültürün besleyicisi; coğrafi yapı, iklim ve bunlara bağlı olarak yapılan tarımsal üretimdir. Binlerce yıllık kültür birikimine sahip olan Kastamonu gastronomi alanında da önemli bir derinliğe sahip olmuştur. Bu durum, yemek çeşitliliğine, yemeklerin isimlendirilmesine, işleme ve pişirme yöntemine, sofraya araç gereçlerinden ahşap ve bakırdan sofraya eşyası üretimine kadar yansımıştır (Kastamonu Valiliği, 2015). Kastamonu'da çok derin bir kültür birikimi ve denizden iç kısımlara kadar il sınırının genişliği ile yaşanan coğrafi farklılık yemek kültürünün zenginliğinde de kendisini önemli oranda göstermektedir (Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2015). Bu durum yapılan çalışmalarla da ortaya konulmuştur. Bu çalışmalarda Kastamonu'da 812 çeşit yemek tespit edilmiş ve bu yemeklerden yaklaşık olarak 500 adedinin Anadolu'nun diğer yörelerinde bilinmediği Gökoğlu tarafından yapılan derleme çalışmalarında öne sürülmüştür (Gökoğlu, 1963, 1967). Bu derlemelerden Kastamonu Çorbaları (Gökoğlu, 1963) ve Kastamonu Ekmekleri (Gökoğlu, 1967) adını taşıyan iki makale Türk Etnografya Dergisi'nde yayınlanmıştır. Kastamonu Elması, Kastamonu Yemekleri vb. konularda İhsan Ozanoğlu' da risale tarzındaki yayınlar kaleme almış ve bir arşivleme yapmıştır (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2015).

Kastamonu mutfak kültürünü oluşturan ana başlıklar, çorbalar, ekmekler, et yemekleri, hamurlu yemekler, sebze yemekleri, tatlılar ve içeceklerdir. Değişik özelliklere sahip her ilçesi birbirinden farklı bir yöresel ürün/özelliği ile ön plana çıkmakta diğerlerine göre farklılaşmaktadır. Kastamonu Elması, Üryani Eriği, İnebolu Kestanesi, Taşköprü Sarımsağı, Araç Cevizi, Tosya Pirinci, Kastamonu

Siyez Bulguru, Kastamonu Pastırması, Çekme Helva bunlara birer örnek olarak gösterilebilir (Kastamonu Valiliği, 2016.).

Kastamonu Mutfak Kültürü üzerine yapılan diğer çalışmalarda da yöresel lezzetlere değinilmiştir. Örneğin Sandıkçı, Aydoğdu ve Pamukçu (2015) tarafından yapılan çalışmada Etli Ekmek, Pastırmalı Ekmek, Yoğurtlu Ekmek, Mantarlı Ekmek, Ekşili Pilav, Banduma, Tirit ve Etli Yaprak Sarma'nın Kastamonu Yöresel Yemekleri içerisinde öne çıktığını vurgulamışlardır (Sandıkçı vd., 2015). Avcı ve Şahin (2014) de yapmış oldukları çalışmada benzer bulgular elde etmiştir. Avcı ve Şahin (2014)'e göre Kastamonu Yöresel Yemekleri içerisinde öne çıkan tatlar Tirit, Banduma, Ecevit Çorba, Etli Ekmek ve Püryan Kebabı'dır. Avcı ve Şahin ayrıca Çekme Helva, Cide Ceviz Helvası ve Cırık Tatlısı'nı Kastamonu'nun en popüler yöresel yemekleri olarak sıralamışlardır (Avcı ve Şahin, 2014). Başka bir çalışmada da yöresel yemek tariflerinin sürdürülebilirliğini sağlamak adına, diğer bazı önceliklerin yanında ticari işletmelerde sunumu uygun olmasını da gözeterek Kara Çorba, Ecevit Çorba, Ana kız Çorbası, Yaş Maya Tarhana, Kastamonu Simit Tiridi, Banduma, Ekşili Pilav, Ala Pilav, Üçürdüm, Paça, Etli Ekmek, ve Kaşık Helvanın standart reçeteleri belirlenmiştir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017). Turizm haftaları kutlama programları çerçevesinde İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün düzenlemiş olduğu Yöresel Yemek Yarışmaları son iki yıldır gözlemlenmiş, katılım sağlayan yarışmacılar ve katıldıkları yöresel yemekler düzeyinde yapılan incelemede de yukarıda bahsedilen yöresel yemek çeşitleri tespit edilmiştir.

Anlatılanlar ışığında çalışmada alanyazın taraması, gözlem ve görüşmeler neticesinde ulaşılan yöresel lezzetlerden oluşan bir envanter çıkarılmıştır.

- Araştırma kapsamında yaklaşık 1.262 dk. görüşme yapılmıştır.
- 15 ilçe ve 2 belde ziyareti gerçekleştirilmiştir.
- Toplamda 2.255 km. yol kat edilmiştir.
- 83 kişi ile görüşme yapılmıştır.
- 167 adet (tekrar etmeyen) yöresel yemek tarifi kayıt altına alınmıştır.
- Ayrıca yöresel yemeklerin hazırlanması, pişirimi ve servisinde kullanılan yöresel ürünler, araç ve gereçlerde fotoğraflarla kayıt altına alınmıştır.

Bahsedilen tariflerde en sık karşılaşılan, en önem verilen ve en bilinirden oluşan bir tablo hazırlanmıştır.

Tablo 1: Kastamonu Yöresel Yemekleri (uygulama sıklığına göre gruplandırılmış)

Çorbalar	Sebzeler	Hamur İşi/Ekmek	Et yemekleri	Tatlılar
Yaş Tarhana	Patates Paça	Etli Ekmek	Taşköprü Kuyu Kebabı	Cırık
Ecevit Çorba	Soğan Dolması	İnebolu Ekmeği	Cabada Güveç	Tepsi Helva
Erişteli Yeşil Mercimek	Yer yarpağı sarması	Kastamonu (Kel) Simidi	İnebolu Güveci	Ağ armudu tatlısı
Kara Çorba	Pancar Kavurması	Kül Çöreği	Banduma	Miyane helvası
Oğmaç Çorbası	Mantar mıhlaması	Serme	Tirit	Kaşık helva

Kızılıcak Tarhanası	Ispit Kavurması	Köy Ekmeği (Somun)	Tosya Kebabı	Bakla tatlısı
Yayım Çorbası	Pırasa Dolması	Hamurlu (Bazlama)	Kavurma	Merdane baklavası
Kır Çorbası	Kuyruklu Dolma	Düğün Böreği	Mihlama	Ev baklavası
Sütlü Siyez Bulguru Çorbası	Kabak Saçalama	Değirmen Çöreği	Tavuk Kebabı	Çekme Helva
Akdene (Göce) Çorbası	Mantar Turşusu	Pastırmalı Ekmek	Balık Çeşitleri(Kalkan, Mezgit, Barbun, Lüfer)	Hasude

Coğrafyasında bu kadar çok çeşitli yöresel ürüne sahip olan Kastamonu Mutfağı'nın korunması ve yaşatılması sürdürülebilirlik açısından büyük önem arz etmektedir (Çevre ve Şehircilik Bakanlığı, 2015). Aydoğdu ve Mızrak (2017) yapmış oldukları çalışmada Kastamonu'da sadece yöresel yemeklerin değil, üretim ve sunumunda kullanılan araç gereçlerin de hala yerel halk ve ticari işletmelerde Kastamonu doğasına uygun ve tarihi özelliklerini yansıtacak şekilde kullanıldığını belirtmişlerdir. Bu özelliğin evlerde geleneklerine bağlı yaşamdan gelmekte olduğunu ve hatıraları sürdürmek maksadıyla uygulandığını, ticari işletmelerde ise konuklara otantik bir ortam ve yöresel ürünlerin tarihi dokusunu bizzat yaşatmak amacıyla uygulandığı düşünülmektedir (Aydoğdu ve Mızrak, 2017).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Beslenme yaşam devam ettikçe süreklilik arz eden sonsuz bir gereksinimdir. Beslenme kültürü geçmişten günümüze toplumun tüm kesimini bünyesinde barındırdığından önemli verileri saklayan bir hazinedir. Bu hazine kullanılan araç gereçten, işleme, pişirme, saklama yöntem ve çeşitliliğine, kullanılan malzemeden ürün çeşitliliğine, gelenek ve göreneklerden, özel gün ve törenlere ve sofrada adabına kadar farklı birçok alanda birikim barındırmaktadır.

İnsanoğlu yemek yeme etkinliğini, açlığı gidermenin çok ötesine taşımış, sosyalleşme, farklı kültürleri deneyimleme, sağlıklı ve doğal ürünlere ulaşma boyutuna getirmiştir. Turizm türlerinin genelinde belirlenen alanda alternatif tercih olanakları mevcutken gastronomi turizminde durum diğerlerinden farklıdır. Özellikle yöresel yemekler için o ürünün ait olduğu topraklara gitmeniz gerekmektedir. Gastro turistler günümüzde ürünü tatmakla yetinmemekte, hazırlanması, üretilmesi ve tüketim için sunulması aşamalarını bizzat aktif rol alarak deneyimlemek istemektedir. Turizm faaliyetleri arasında gastronomi turizmi yöre halkına sağladığı pozitif değerlerle ön plana çıkmaktadır. Bu denli zengin bir mutfak kültürü, yöresel ürün ve yemek çeşidinin ait olduğu Kastamonu'ya bir çekim gücü oluşturacağı aşikâr görünmektedir.

Yöresel yemekler ait olduğu toprakların kimliğini ve kültürünü yansıtmaya misyonunu icra ederken, aynı zamanda bir sofrada etrafında toplanan yerel halk ve konuklar arasında yaşanan paylaşımlarla sarsılmaz bağlar kurulmasını da sağlamaktadır. Bu durum beklediği deneyime ve hazzı ulaştıran konuklarımızın memnun ayrılmasına, tekrar tercih edilme seviyemizin yükseldiği ve tanıtım elçimiz olarak görev alacak konuklarımızla devam eden ilişkileri sağlayacaktır.

Bu sebeple, misafirlerin konaklamadan çok daha fazla harcama yaptıkları yiyecek içecek işletmeleri, beklentilere, müşteri memnuniyetine, turist profiline uygun biçimde yapılandırılmalı, menülerinde yöresel yemeklere daha fazla yer vermeli, standart reçeteleri kullanılmalı, eğitilmiş ve nitelikli personel istihdam etmeli, çevresel faktörleri kontrol etmeli, kaliteli ve sürdürülebilir hizmet sunmalıdır.

Yöresel yemeklerimiz, pişirim ve sunum biçimleri kültürel hazinemizdir. Bu hazinenin korunması ve aktarılmasında en büyük pay bugüne kadar ev hanımlarına, annelerimize düşmektedir. Bilgi ve kültür anneler tarafından yeni nesillere aktarılmaktadır. Günümüz hayatının getirdiği zorluklara karşı bilgi ve kültür transferinin devam etmesinde en büyük desteği yazılı kaynakların dolayısı ile envanter ve standart reçetelerin vereceği düşünülmektedir.

Sürdürülebilir turizm kavramında, faydalandığımız bugün ki kaynakları bize miras olarak değil emanet olarak görüp, bilinçli kullanılmasını sağlamalı gelecek nesillere ulaşabilmesi için güvence altına almamız gerekliliği unutulmamalıdır.

Bu anlamda sürdürülebilir gastronomi turizmi anlayışı bir otokontrol vazifesi görecektir ve bu otokontrolü oluşturan değerler yöresel işletmelerin kendini geliştirmesi, yerel, kaliteli, güvenli, doğal ve lezzetli ürünler ile iyi hizmet sunma gibi anlayış içinde kendilerini korumak ve geliştirmek adına itici bir güç olacaktır düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akan, L.S. (2007). Safranbolu Mutfak Kültürü Üzerine Bir Araştırma. *Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar*, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı, Cilt: 13-14, Ankara
- Altunsaban, S., Yay, Ö. ve Erdem, Ö. (2016). Yöresel Mutfak Kavramına İlişkin Şeflerin Bakış Açılarının Değerlendirilmesi, II. Rize Turizm Sempozyumu, Rize, 4-6 Kasım 2016, ss.237-261
- Avcı, Muharrem-Şahin, İlker (2014), Geleneksel Kastamonu Mutfağı ve Yemek Kültürü, *KSBD Karadeniz Özel Sayısı*, (31-56).
- Aydoğdu, A. (2011). *Konaklama İşletmeciliğinde Uluslararası Standardizasyonun Rolü ve Türkiye Uygulamalarının Analizi*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Aydoğdu, A. (2012). *Kastamonu'nun Doğal Zenginliklerinin Turistik Ürün Bakış Açısıyla İrdelenmesi*, Su Ürünleri Kongresi, 16- 17 Ekim, Kastamonu, (161-186).
- Aydoğdu, A., Mızrak, M., (2017), Kastamonu Mutfağının Yerel Yemekleri Sürdürülebilirlik Standart Tarifler Yöresel Yemeklerin Sürdürülebilirliğinde Standart Reçetelendiriminin Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği/Önemi: Bir Vaka Çalışması, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:9, Sayı:20, Eylül 2017 (366-394)
- Aydoğdu, A.-Pamukçu, H.-Yaşarsoy, E., (2015), *Konaklama İşletmelerinin Engelli Bireylere Uygunluğu: Kastamonu Örneği*, III. Rekreasyon Araştırmaları Kongresi, 5-7 Kasım, Eskişehir, (358-368).
- BAKKA, 2014. <http://www.bakka.gov.tr/site/haber/667/-kucuk-olcekli-altyapi-turizm-odakli-isbirliigi-gelistirme-calistayi-karabukte-yapildi-/> 17/07/2017
- Baysal, A. (1993). *Türk mutfağından örnekler* (Vol. 56). Kültür Bakanlığı.
- Bezirgan, M. ve Koç, F. (2014). Yerel Mutfakların Destinasyona Yönelik Aidiyet Oluşumuna Etkisi: Cunda Adası Örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 34 (7) 919-928.
- Bucak, T., Ateş, U., (2014), Gastronomi Turizminin İl Turizmine Etkisi: Çanakkale Örneği, *The Journal of Academic Social Sciences*, Cilt. 28, Sayı. 2, (315-328).
- Can, A; Sünnetçioğlu, S; Durlu-Özkaya, F., (6-9 Aralık 2012), "Füzyon Mutfağı Uygulamalarının Gastronomi Turizminin Gelişimine Etkisi", *13. Ulusal Turizm Kongresi*, Antalya.
- Cingöz, A., Cingöz, Ş. (2012). "Konya Yöresindeki Geleneksel Türkmen Lezzetleri". *III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, 10-12 Mayıs 2012, (ss. 258-260). Konya
- Cohen, E.-Avieli, N., (2004), Food in Tourism Attraction and Impediment, *Annals of Tourism Research*, Volume. 31, Number. 4, (755-778).
- Çevik, S. ve Saçılık, Y., M. (30 Kasım-4 Aralık 2011), '12.Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı' İçinde M. A. Öncü (Editör) , 'Destinasyonun Rekabet Avantajı Elde Etmesinde Gastronomi Turizminin Önemi: Erdek Örneği', ss.503-515, Düzce: Seher Matbaacılık.
- Çevre ve Şehircilik Bakanlığı (2015), Tarihi İle Kastamonu, <http://www.csb.gov.tr/db/kastamonu/webmenu/webmenu1163.pdf> (12.12.2015).
- du Rand, G., E-Heath, E., & Alberts, N., (2003), The role of local and regional food in destination marketing: A South African situation analysis, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Volume. 14, Number. 3-4, (97-112).
- du Rand, G., E-Heath, E., (2006) Towards a Framework for Food Tourism as an Element of Destination Marketing, *Current Issues in Tourism*, Volume. 9, Number. 3, (206-234).
- Durlu-Özkaya, F., Sünnetçioğlu, S., Can, A., (2013). Sürdürülebilir Gastronomi Turizmi Hareketliliğinde Coğrafi İşaretlemenin Rolü, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1/1 (2013) 13-20

- Erdem,Ö., Aydoğdu,A., Mızrak,M., (2017), “Gastronomi Turizminde Bir Çekim Gücü Olarak Yöresel Mutfaklar:Mengen Örneği”, 1. Uluslar arası Turizmin Geleceği Kongresi:İnovasyon, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi(Futourism 2017), Mersin, Türkiye, 28-30 Eylül 2017, vol.1, no:1, pp.868-879
- Erdoğan, N. (2003). Kitle turizmi, alternatif turizm ve ekoturizmde sürdürülebilirlik üzerine bir değerlendirme. *Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı*, 3-4.
- Erdoğan, N. (2004). Ekoturizm: Gelişimi Ulusal, Bölgesel ve Uluslararası Anlaşmalardaki Yeri <http://files.nazmiye-erdogan.webnode.com.tr/200000166-f373d0047f/Etap%20Nazmiye%20Erdoğan%20Bildiri%202004son.doc> Erişim Tarihi: 14/08/2017
- Geray, U., (1991). Ekonomi, İ.Ü. Orman Fakültesi Yayınları, İ.Ü. Yayın No: 3633, Or. Fak. Yayın No:408, İstanbul, Türkiye.
- Giovannucci, D., Barham, E., ve Pirog, R., (2014), Defining and Marketing “local”foods: geographical indications for US products. *The Journal of World Intellectual Property*, 13(2), 94-120
- Göker, G., (2011), *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gökoğlu, Ahmet (1963), Kastamonu Çorbaları, *Türk Etnografya Dergisi*, Sayı. V, (24-38), Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara
- Gökoğlu, Ahmet (1967), Kastamonu Yemekleri, *Türk Etnografya Dergisi*, Sayı. IX, (101-109), Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara
- Güler, S., (2008) “Türk Mutfak Kültürü ve Yeme İçme Alışkanlıkları”, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 2. 26:182-196
- Güneş, G., (2013). Sürdürülebilir Kırsal Planlamada Doğa Turizmi ve Yerellik, Türkiye’de Doğa Turizmi Master Planları Hazırlanması Sürecinde Alternatif Turizm Gelişimi İmkânlarının Batı Karadeniz ve Zonguldak Özelinde Değerlendirilmesi Sempozyumu, Zonguldak, 2013
- Hall, C. Michael-Sharples, Liz (2003), The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste (Eds) C. Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionis and Brock Cambourne. *Food tourism around the world: Development, management and markets*, Butterworth&Heinemann, Rochester, (1-24).
- Holat Z.B., Kozan H.İ., Sarıçoban C., Yılmaz, M.T. (2012). “Kırım’dan Eskişehir’e Geleneksel Lezzet: Çibörek”. *III. Geleneksel Gıdalar Sempozyumu*, 10-12 Mayıs 2012, (ss. 341-342). Konya.
- Hu,H.H., Parsa, H.G. ve Self, J. (2010), “*The Dynamics of GreenRestaurantPatronage*”, *Cornell HospitalityQuarterly*, 51(3), 344-362.
- Karaküçük S. (2016). *Rekreasyon Bilimi*, Ankara: Gazi Kitabevi
- Karasar, Niyazi (2005), *Bilimsel araştırma yöntemi: Kavramlar, ilkeler, teknikler* (15. Baskı) Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü (2015), Ne Yenir? <http://www.kastamonukultur.gov.tr/TR,63904/ne-yenir.html>, (15.12.2015).
- Kastamonu Valiliği (2015), Kastamonu Mutfağı, <http://www.kastamonu.gov.tr/sayfa.asp?id=15>, (15.12.2015).
- Kesici, M. (2012), “*Kırsal Turizme Yönelik Olan Yöresel Talepte Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü*”, *KMÜ Sosyal ve Ekonomi k Araştırmalar Dergisi*, 14 (23), 33-37.
- Kınacı, B., Pehlivan, N.A.ve Seyhan, G. (2011), *Turizm ve Çevre (Çevre Koruma)*, Pegem Yayıncılık , Ankara.
- Kivela, J., Crotts, J. C. (2005) *Gastronomy Tourism: A Meaningful Travel Market Segment*, *Journal of Culinary Science & Technology*, Vol. 4(2/3) 2005
- Kozak M.A., Kozak N., Ahıpaşaoğlu H.S., Maviş F. (2002). *Genel Turizm Bilgisi*, Açıköğretim Fakültesi Yayın No: 727, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir
- Lang, M., Stanton, J., & Qu, Y., (2014), Consumers’ evolving definition and expectations for local foods. *British Food Journal*, 116 (11), 1808-182
- Long, M.L., (2004), *Culinary Tourism* (2.baskı), USA: The UniversityPress of Kentucky
- Lopez, X. A. A. & Martin, B. G. (2006). Tourism and quality agrofood products: An opportunity for the Spanish countryside. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 97(2), 166-177.
- McKrecher, B.,(2008), “*FoodTourism as a Viable Market egment: It’sAll How YouCookTheNumbers*”, *Journal of Travel & TourismMarketing*, 25(2), 137–148.
- Nepal, K. S. (200), *Tourism in Protected Areas The Nepalese Himalaya*, *Annals of Tourism Research*, 2000, 27 (3): 661-681.
- Oakley, P. ve Garforth, C., (1985). *Guide to extension training*, FAO Training Series, No: 11, FAO, Rome, Italy.
- Oğuz, O., (1990), Üçüncü Milletlerarası Yemek Kongresi Açılış Konuşması, Ankara, 1. Konya Kültür ve Turizm Vakfı Yayını Bildiri Kitabı 7-12 Eylül.
- Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*, İstanbul Üniversitesi işletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Olalı, H. Ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir.

- Sandıkçı, M., Aydoğdu, A., ve Pamukçu, H., (2015), *Yöresel Yemeklerin Menülerde Yer Alma Düzeyi: Kastamonu Konakları Örneği*, 1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu, 19-21 Kasım, (773-785).
- Savaş, F.V., (1979). Kalkınma Ekonomisi (İkinci Baskı), İ. İ. T. İ. A. Nihad Sayar Yardım Vakfı Yayınları, No:315/547, İstanbul, Türkiye.
- Serçeoğlu, Nuran (2014), Yöre Halkının Mutfak Kültürünü Tanıma Durumunun Tespit Edilmesi: Erzurum İli. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, Cilt. 2, Sayı. 4, (36-46).
- Sonuç, N. (2014). Sürdürülebilir Turizm Tanımı ve İçeriği, Sürdürülebilir Turizm: Kavramlar-Uygulamalar (Ed. Metin Kozak) içerisinde, ss. 13-28, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Şanlıer, N., Arıkan, B., (2001), Elazığ Mutfağından Unutulmak Üzere Olan Birkaç Yemek, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, No:29, 167-175
- Şanlıer, N., Cömert, M., & Durlu Özkaya, F. (2012). Gençlerin Türk Mutfağına Bakış Açısı. *Milli Folklor*, 94, 152-161.
- Şengül, S., Türkay, O., (2016), Yöresel Mutfak Unsurlarının Turizm Destinasyonu Seçimindeki Rolü (Mudurnu Örneği), *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 12, Sayı 29, 2016
- Talas, M., (2005), "Tarihi Süreçte Türk Beslenme Kültürü ve Mehmet Eröz'e göre Türk Yemekleri", Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 1.18 (2005):273-283
- Tekgül, N., Baykan, S., (1993), Evlerimizde Pişirilen Pilav Çeşitleri, Türk Mutfak Kültürü Üzerine Araştırmalar, Türk Halk Kültürünü Araştırma ve Tanıtma Vakfı Yayınları, No:3, 1-11, Ankara
- Tolungüç, A. (1999), Turizm Olgusu ve Türk Turizmi. Ankara: Mediacat
- TÜRSAB (2015). *Gastronomi Turizmi Raporu*, http://www.tursab.org.tr/dosya/12302/Tursab-Gastronomi-Turizmi-Raporu_12302_3531549.Pdf Erişim Tarihi: 20/07/2017
- Özmen, E., Özer, C.O., Kılıç, Ç., B. (2010). "Göller Bölgesinden Geleneksel Bir Gıda: Burdur Şiş Köfte". "1. Uluslararası Adriyatik'ten Kafkaslar'a Geleneksel Gıdalar Sempozyumu". 15-17 Nisan 2010, (ss. 364-366). Tekirdağ.
- Uçak, Nazan Özenç. (2000). "Sosyal Bilimler ve Kütüphanecilik Alanında Nitel Araştırma Yöntemlerinin Kullanımı", Bilgi Dünyası. Cilt. 1, Sayı. 2, (255-279)
- Usta, Ö., (2005). *Genel Turizm*, Anadolu Matbaacılık, İzmir
- Yıldırım, Cemal (1966), Eğitimde Araştırma Metotları. Ankara: Akyıldız Matbaası
- Yılmaz, G.Ö., & Gürol, N.K. (2012). Balıkesir ilinin kırsal turizm potansiyelinin değerlendirilmesi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2012(2), 23-32.
- Yurtseven, H.R., (2011), "Sustainable Gastronomic Tourism in Gökçeada (Imbros): Local and Authentic Perspectives", *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(18), 17-26.

THE POTENTIAL OF THE BOTANICAL TOURISM: THE CASE OF KASTAMONU

Arş. Gör. Nursema AKTEPE
Fen Edebiyat Fakültesi Biyoloji Bölümü
e-posta:naktepe@kastamonu.edu.tr

Yrd. Doç. Dr. Kerim GÜNEY
Orman Fakültesi, Orman Mühendisliği Bölümü
e-posta: kguney@kastamonu.edu.tr

Arş. Gör. Emre AKTÜRK
Orman Fakültesi, Orman Mühendisliği Bölümü
e-posta: ekturk@kastamonu.edu.tr

Prof. Dr. Ömer KÜÇÜK
Orman Fakültesi, Orman Mühendisliği Bölümü
e-posta: omerkucuk@kastamonu.edu.tr

Abstract

Kastamonu province is a region where the European-Siberian geography in the broad sense, and Mediterranean and Iran-Turan plant geography in the narrow sense. The existence of these three different plant geographies has allowed the spread of plant taxa, which characterize climates, in these areas. There are nearly 2000 plant taxa and over 200 endemic plant species within the province borders. The Kastamonu flora, which is shaped by the dominance of wooded plant species, differs from the other cities by the productivity of the forests. The karstic geological occurrences in the neighboring of coastline preserve endemic plant species. Forest areas with a closeness of 65% and the remaining forest opening areas are a source of nutrients to fauna elements of wildlife. It is necessary to bring the city of Kastamonu, which has protected areas of different status and biological diversity in the botanical tourism within a particular plan. The botanical tourism (plant observing), which is regarded as the geographical distribution of plants and the special interest of landscape values, has become one of the most widespread outdoor recreational activities that do not harm nature. In this study, potential areas of botanical tourism in Kastamonu were evaluated. It is expected that this kind of tourism which protects the environment, respects the prosperity of the local people and is sensitive to the natural areas, contributes socially and economically to the city of Kastamonu which has high potential of endemic species.

Keywords: Biodiversity, Botanical Tourism, Ecotourism, Kastamonu.

BOTANİK TURİZMİ POTANSİYELİ: KASTAMONU ÖRNEĞİ

Özet

Kastamonu ili geniş anlamda Avrupa-Sibirya coğrafyasının, dar anlamda ise Akdeniz ve İran-Turan bitki coğrafyasının yaşandığı bir bölgededir. Bu üç farklı bitki coğrafyasının varlığı, iklimleri karakterize eden bitki taksonlarının bu alanlarda yayılmasına fırsat vermiştir. İl sınırları içinde 2000'e yakın bitki taksonu ve 200'ün üzerinde endemik bitki türü mevcuttur. Odunlu bitki türlerinin yayılış hâkimiyeti ile şekillenen Kastamonu florası, ormanlarının verimliliği ile diğer illerden farklılaşmaktadır. Kıyı şeridinde yakın bölgelerde karstik karakterli jeolojik oluşumlar endemik bitki türlerini içinde muhafaza etmektedir. % 65'lik bir örtüşe sahip ormanlık alanlar ve geri kalan orman açıklıkları yaban hayatının fauna elemanlarına besin kaynağı oluşturmaktadır. Farklı statüdeki korunan alanlar ve biyolojik çeşitliliğe sahip olan Kastamonu ilinin botanik turizmine belirli bir plan dâhilinde kazandırılması gerekmektedir. Bitkilerin coğrafi dağılımı ve peyzaj değerlerinin özel ilgisi içerisinde değerlendirilen botanik turizmi (bitki gözlemciliği), doğaya zarar vermeyen en yaygın açık hava rekreasyon faaliyetlerinden biri haline gelmiştir. Bu çalışmada Kastamonu'da botanik turizmi bakımından potansiyel arz eden alanlar değerlendirilmiştir. Çevreyi koruyan, yerel halkın refahını gözetken ve doğal alanlara karşı duyarlı olan bu turizm çeşidinin, endemik tür potansiyeli yüksek olan Kastamonu iline sosyal ve ekonomik açıdan katkı sağlaması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Biyoçeşitlilik, botanik turizmi, ekoturizm, Kastamonu.

1. INTRODUCTION

Tourism is a national and international global event that provides natural, cultural and social values, develops in a clean and healthy environment and provides economic benefits to the locality and country. In recent years, in parallel with the changing and developing economic, technological and political developments, important changes have also taken place in tourism activities (Orhan and Karahan, 2010). When new trends in tourism developed countries are examined; it is observed that the preferences of holidaymakers changed from the 3S (sun-sea-sand) to the 3N (entertainment-education-environment) (Nurlu and Kesgin, 2007; (Orhan and Karahan,2010). Especially with the natural balance problems caused by the chemical problems brought by the industrial system, people are more interested in fresh air and natural life. This situation, pushes people and societies to natural tourism types such as; ecotourism, special interest tourism and botanical tourism (Eminağaoglu and Beğen, 2015). The decline of natural balance, the increase of temperature and the decrease of the quality of air as a result of industrialization led to the necessity of people to rest and enjoy in natural surroundings, which led to the botanical tourism being excluded from other tourism varieties *come into prominence*. The fact that Kastamonu is rich in terms of natural values is one of the most important reasons for proving the viability of botanical tourism. Kastamonu is very suitable for botanical tourism with forest ecosystems, wildlife, plant diversity and the presence of medical aromatic plants, geomorphic structures, canyons, waterfalls, cultural-architectural values and cold-temperate climate (OSİB, 2013). In this study, Küre National Park and Ilgaz National Park, which are potential areas for botanical tourism in Kastamonu, were evaluated.

1.1. The importance of ecotourism and botanical tourism

Ecotourism is an ecological tourism movement called green tourism. The main objective of ecotourism is to try to get to know the nature and living species of the nature closely (Surat, Yılmaz and Surat, 2011). In this respect, ecotourism can be defined as a tourism form that includes landscaping, wildlife, wilderness exploration, special destinations, and visits to natural areas, with as little impact on the environment as possible (Polat, 2006; Koçan, 2011). Ecotourism contributes positively to the promotion of natural and cultural areas. The income from the visitors is used for the protection of private spaces and items, and these areas are turned into attraction centers. Ecotourism activities are a conscious, socially responsible and economically productive tourism approach to the use of the natural environment (Koçan, 2011).

Special interest tourism is a type of ecotourism named after leisure activities that people make due to their special interest. Two basic criteria are needed for any leisure activity to be called special interest tourism. the most important criterion is to find a special interest to be used for leisure time, and the other criterion is the commercialization of this leisure activity for the tourism industry (Trauer, 2006).

Nature tourism (Özgüç, 1984), wildlife tourism, adventure tourism, cycling tour, water skiing sport tourism and botanical tourism are among the most popular special interest tourism market segments, which represent trips to natural environments (Trauer, 2006; Sayılan, 2005). Botanical tourism is a kind of tourism that has been evaluated in special interest tourism and attracted attention recently. Botanical tourism has become one of the most widespread outdoor recreational activities that do not harm nature. Botanical tourism, also called plant observing, is defined as "observing and defining activity in plants' geographical habitats" and is directly related to other special interest tourism such as wildlife observations, bird and butterfly observations, photo safari and cave tourism. The number of people interested in botanical tourism has increased considerably over the last 50 years (Sayılan, 2005). As a result of the researches carried out, the botanical group of 35-54 year olds found out that they are composed of people who are highly educated, who have income on the medium, who are interested in nature, culture and gastronomy. In the international tourism, 62% of the traditional tourists traveled as an leisure traveller, while 4% of the tourists traveled for botanical tourism in 2002. On the other hand, the share of total tourism revenues is 7%. Most of the income from ecotourism and botanical tourism is returned to the people of the region and it is obvious that this group can show economic recovery when considering the family groups that are the mountain and forest villagers and

the pensions that constitute the poorest part of the society. The use of botanical and eco tourism revenues for preservation of natural values and for the survival of traditional cultures also reveals that these types of tourism play an important role in ensuring the continuity of our natural, historical and cultural values that constitute our basic raw materials (Eminağaoğlu and Beğen, 2015). The increase in the number of plant observers within the context of botanical tourism has also led to an increase in the effects of plant observing, which has raised awareness in this regard by drawing attention to environmental organizations, local administrators and the national press. The most important reason why our country has an important geographical potential in terms of botanical tourism is the surplus of areas with high biodiversity (Sayılan, 2005).

1.2. Plant diversity in Turkey, endemism and potential of Kastamonu

Due to its location in the temperate zone and its diversity of plants, Turkey has different characteristics from many countries around it. The number of plant species in Turkey is close to the number of plant species in the whole of Europe. As a result of the studies carried out in recent years, it has been revealed that Turkey has approximately 12000 plant taxa (Erik and Tarikahya, 2004). The high plant diversity is the most important feature that distinguishes Turkey from the regions within the same temperate zone (Avcı, 2005). This feature of Turkey is closely related to geographical factors as well as its involvement in three flora regions (Mediterranean, Iran-Turan, Europe-Siberia) (Avcı, 1993; Avcı, 2005). Having high biodiversity in an area is the most important feature that proves it has high potential for botanical tourism. Biodiversity is an ecosystem, a biomass, or a diversity of life forms all over the Earth and the elements that make up biodiversity are the most important life support systems in the world. More than 6 billion people live on Earth today, and it is predicted that this number could be 8-9 billion by 2050. Human livelihoods depend on the species richness and genetic material based on ecosystem integrity. Depending on the population, extinction in biodiversity is increasingly damaging to natural wealth and threatening our future sustainable ecological and economic development. In order to preserve the biological diversity and sustainable use of natural resources, the threats and pressures on these resource values must be determined (Güney et. al., 2017).

We can define plants as the most important fundamental source of human well-being as well as being a very important part of the world's biological diversity. In addition, thousands of wild plant species and agricultural products that meet basic nutrient requirements are very important in terms of human existence throughout the world. In addition, wild plant species and agricultural products have the potential to provide protection, dressing, warming, medicine, food in terms of human beings' survival in the whole of the world. Plants play an important role in maintaining basic ecosystem functions and the preservation of plant diversity is essential for the sustainability of world wildlife diversity. Numerous geographical factors such as climatic changes, geographical location, differences of soil types, lead to differentiation of plant formation and plant diversity. Endemic plants are also present in these plant species (Kaya and Raynal, 2001). Our country has a special potential for ecotourism activities because about 12,000 natural plant species and about one third of them are endemic. Kastamonu province is also rich in natural beauties as a result of being established on wide lands. Kastamonu; its geological structure, climate characteristics and thousands of endemic plants, different animal species and forest areas, it can contribute to ecotourism and especially botanical tourism. The height of the region ranging from 800 to 3900 m, deep valley systems, rocky slopes, horizontal and vertical vegetation structure allows many different species to grow naturally. Alpine meadows, rich steppe vegetation, low and dense vegetation forest and barelands in natural vegetation cover and seasonal color changes caused by plants that make up these vegetations increase the visual landscape value in Kastamonu (Orhan and Karahan, 2010). The color display of the plants especially in spring and autumn is a dimension that will contribute to botanical tourism in the region. Kastamonu natural vegetation diversity can be classified according to ecological, tourism and economic importance perspective in terms of botanical tourism. According to ecological characteristics, it shows a structure like alpine meadow vegetation, forest vegetation, step vegetation and riparian (streamside) vegetation while according to economic importance and tourism perspective, it shows a structure like wild fruit species, medicinal aromatic plants, alpine plants, woody trees and brush species, herbaceous and

ground cover plants (Orhan and Karahan, 2010). Ecotourism generally develops in protected areas. For this reason, some features and beauties of the region such as natural, aesthetic, biological, geological, high endemic plant potential and rich biological diversity make Kastamonu province very attractive for botanical tourism (Çakmakçı et al., 2008).

2. METHODOLOGY

2.1. Study Area

Kastamonu province is mostly composed of rugged land and the western Black Sea Mountains are in the north of the province. Parallel to the coast of the Black Sea, Isfendiyar (Küre) Mountains are located to the north of the province center, while the Ilgaz Mountains are located to the south. It covers a large part of Turkey's outward reach towards the Black Sea. From the point where the Çatalzeytin district merges with Sinop in the east, to the Kerempe nose in the west, the coast extends in a straight strip. Kastamonu comprises approximately 74,6% of mountains and forest, 21,6% of plateau and 3,8% of lowlands (OSİB, 2013).

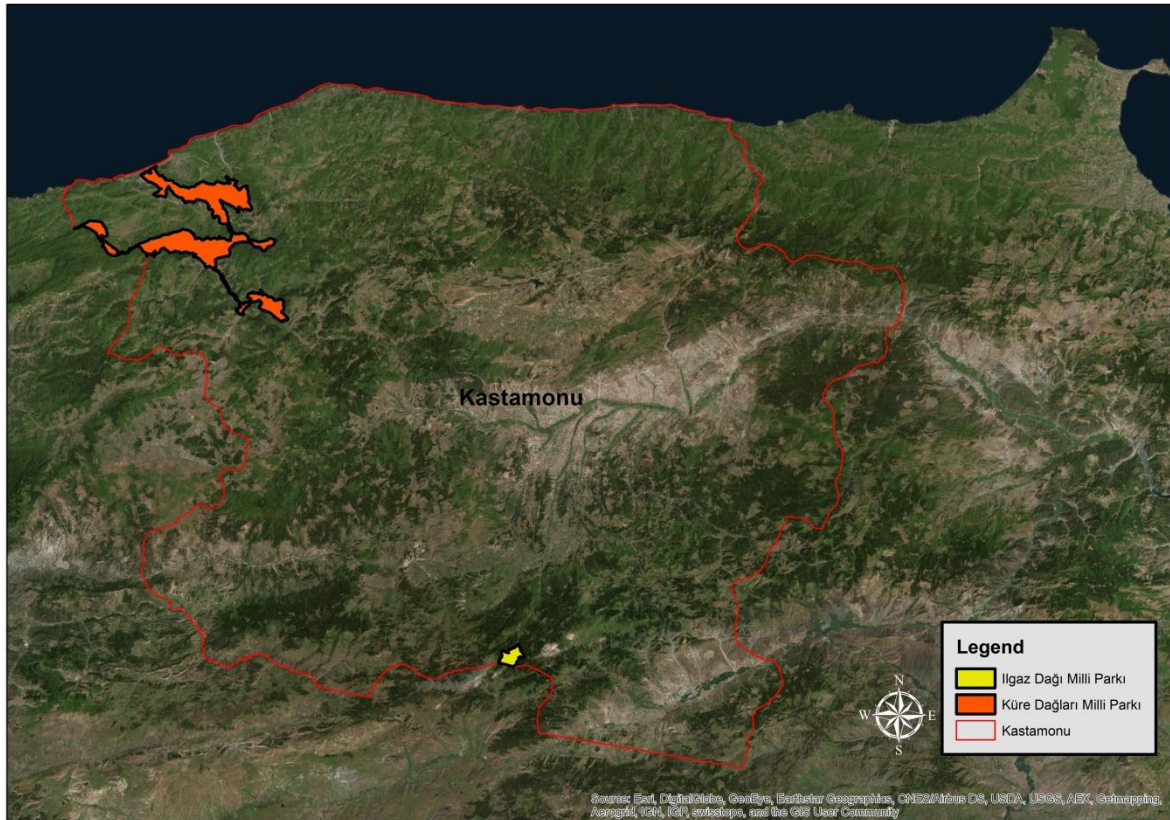


Figure 1. Ilgaz Mountain National Park and the Küre Mountains National Park are the areas within the Kastamonu province borders.

As mentioned before, Kastamonu has very suitable features for ecotourism with its geographical features and its rural structure. The Küre Mountains National Park and the Ilgaz National Park are important places of our country which are separated as National Park due to their unique features. The high visual qualities of these regions cause them to be considered as potential areas for the implementation of botanical tourism. In this study, Ilgaz and Küre National Parks were evaluated from potential areas of development and applicability of botanical tourism (Figure 1). In the Tourism Strategy Conceptual Action Plan prepared by the Ministry of Culture and Tourism of Turkey, Kastamonu has been included in ecotourism and marine tourism oriented development zone. This should be regarded as an advantage at the point of supporting botanical tourism.

2.1.1. *Ilgaz Mountain National Park*

While the area within the boundaries of Kastamonu and Çankırı provinces of Ilgaz Mountain National Park is 1118 hectares, the size of the area within the boundaries of Kastamonu province is 750,9 hectares. The Ilgaz Mountains, which are declared national parks on 02.06.1976 and located in the transition zone between the Black Sea and the Central Anatolian Regions, have a rich variety of species and habitats (Şen and Buğday, 2015). Ilgaz Mountain National Park is located in the Europe-Siberian region as a flora region and plant communities are dominated by Oksin flora which is a lower flora region of Europe-Siberian region.

The topographic structure, rich forest and plant vegetation, high wildlife potential, unique scenic beauties, rich recreational resources, and winter tourism opportunities of the National Park constitutes the main resource value of the region (OSİB, 2013). 617 taxa have been identified in the national park area and in the immediate vicinity. The forests with the widest distribution among the plant formations collected in three groups, forest, brush and alpine plants in the region (Anonim, 2014d). The north-facing slopes are generally covered with forests of oak and *Pinus nigra* trees. Alpine Belt starts at the altitude of 2,000-2,200 m in Ilgaz Mountain. The Alpine Belt is extremely rich in rare and endemic species. Brushes are the most common plant communities of Alpine Belt (Şen and Buğday, 2015). Kazdağı fir (*Abies nordmanniana* subsp. *equi-trojani* (Aschers. et Sint. ex Boiss.) Cood. et Cullen) and scotch pine (*Pinus sylvestris* L.) are known as species that make natural spread within the National Park and form forest ecosystem. Ilgaz Mountains are very rich in terms of floristics as well as interesting in terms of vegetation. According to the obtained data 4 of the plants in the Ilgaz Mountains are endemic (OSİB, 2013; Küçük et al., 2017).

2.1.2. *Küre Mountains National Park*

The Küre Mountains, which started from the Bartın stream in the west, reach up to Kızılırmak in the East with a length of approximately 300 kilometers. The mountain ranges, also known as the İsfendiyar Mountains, extend to the Black Sea in the North and to Gökırmak in the South. This mountain range is also the center of an important landscape diversity with its moving topographic structure. Because it is part of the coastal mountain system that surrounds the north of Anatolia, it keeps together main ecosystem types such as forest, stream, prairie and grassland, maquis, caves, coastal and traditional farming areas. Küre Mountains National Park has significant resources in terms of biodiversity, dense forests, geological and geomorphological structures, cultural and archaeological values (Şen and Buğday, 2015). Park is the first national park in our country to receive the PAN Parks certificate in 2012, awarded to distinguished and well-managed national parks in the World. According to this, it can be said that Küre Mountains National Park carries high ecotourism value (OSİB, 2013). The area covered by the Küre Mountains National Park is 37,753 hectares, while the surrounding buffer zone is 134,366 hectares. There are 18,121 hectares of this area and 54,366 hectares of buffer zones remain within the boundaries of Kastamonu province (OSİB, 2015).

The national park contains 12 plant taxa under threat at national level. The North Anatolian and Caucasus temperate zone forests in the region are one of the 200 ecological regions that World Nature Conservation Foundation (WWF) defines as global priority. There are 157 endemic plant species in the Küre Mountains National Park area, of which there are 59 plant taxa that are endangered. Besides the rich landscape diversity, the national park with 40 mammals and 129 bird species is also a very important region for wildlife tourism (Anonim, 2014e). In this study, openings in forests (low vegetation cover) and forest areas (dense vegetation cover) within the Kastamonu borders of the Küre Mountains National Park and Ilgaz National Park have been evaluated as potential areas for botanical tourism.

3. ANALYSİS OF DATA

The Küre National Park and the Ilgaz National Park areas, which have potential for botanical tourism, have been evaluated using GIS technology, depending on the relationship between the Kastamonu province and the existing environmental resources and ecological stability. According to the results

obtained with GIS, priority areas for botanical tourism and areas defined as secondary areas have been determined. While open spaces such as human buildings (building, road) and wetlands (stream, lake) related to the city form secondary areas; areas with high plant diversity, areas with low vegetation cover usually formed by single or perennial herbaceous plants and bushes, and high forested areas with dense populations constitute priority areas.

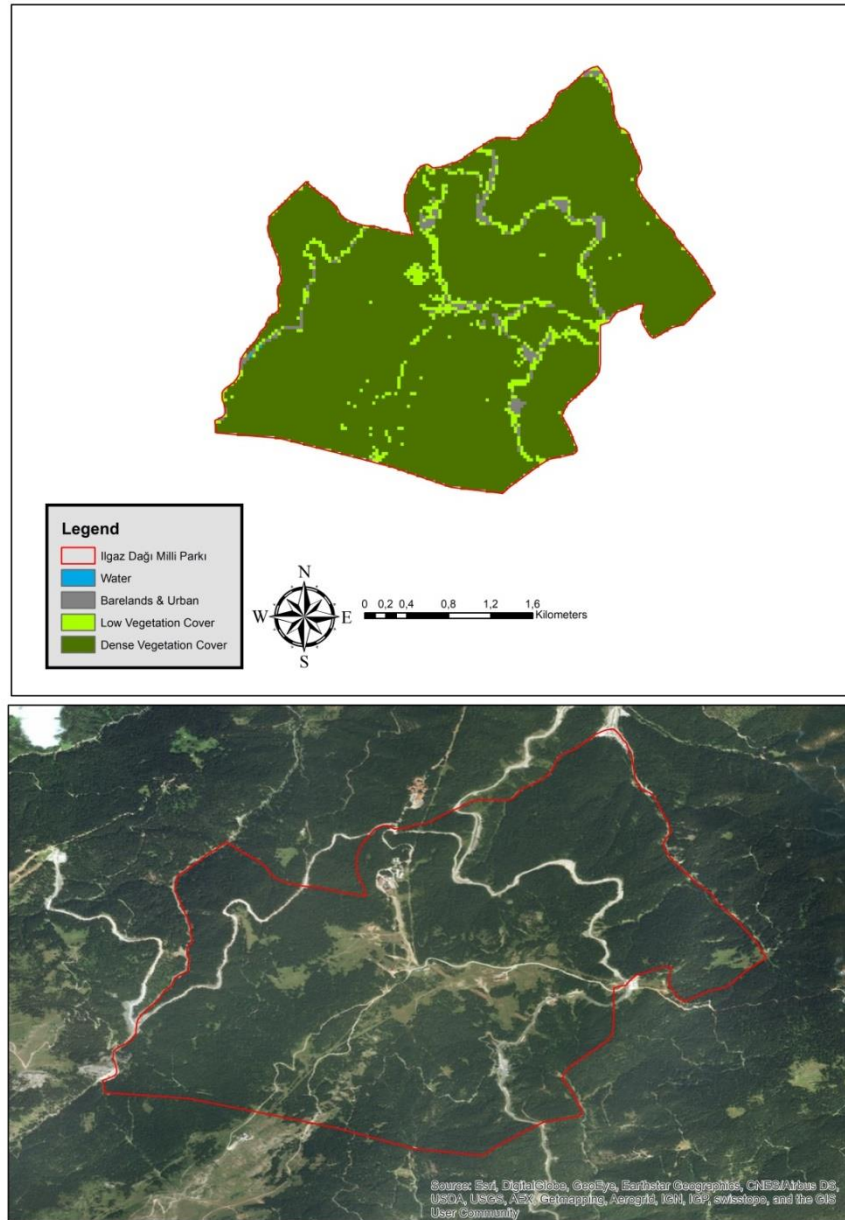


Figure 2. Ilgaz Mountain National Park potential areas suitable for botanical tourism

Küre National Park and Ilgaz National Park area maps were prepared with WGS 84 UTM Zone 36N coordinate system and the remaining areas of the parks in Kastamonu province were determined. Ilgaz Mountain National Park area in Kastamonu province is 1039,59 hectares while Küre Mountains National Park area in Kastamonu province is calculated as 17488,08 hectares.

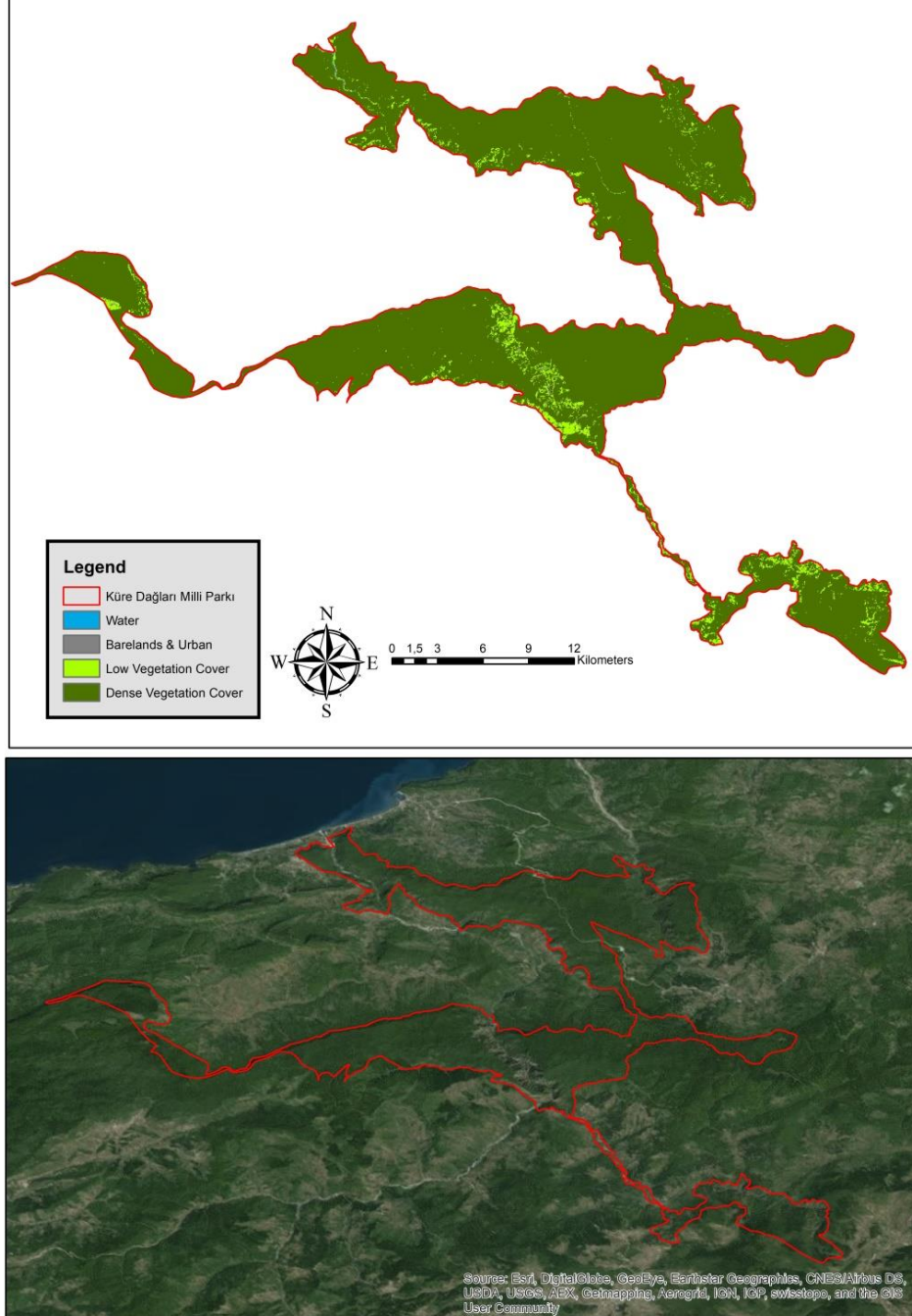


Figure 3. Küre Mountains National Park Potential areas suitable for botanical tourism

Land cover maps were prepared with Unsupervised image classification method. According to the results obtained, 59,4 hectares of closed areas (low vegetation cover) in Ilgaz Mountain National Park are mostly covered with single or perennial herbaceous plants and brush, 951,27 hectare covered high forested areas (dense vegetation cover), 0,18 hectare wetlands and 28,8 hectare barelands & urban areas calculated (Figure 2). In the Küre Mountains National Park, the areas covered by single or

perennial herbaceous plants and brush are generally 770,94 hectares, while 16,655 hectares of high forested areas, 5,94 hectares of wetlands and 55,35 barelands & urban areas are calculated (Figure 3).

4. CONCLUSION AND SUGGESTONS

The positive effects of botanical tourism within the concept of tourism are rather high. However, this situation is quite new in terms of our country which has rich endemic species diversity, while the practices in the world are not very new. Therefore, the role of botanical tourism in conservation and sustainable development in our country is not well known yet. In the Tourism Strategy Conceptual Action Plan prepared by the Ministry of Culture and Tourism of Turkey, Kastamonu has been included in ecotourism and marine tourism oriented development zone. Therefore, this should be regarded as an advantage to support the applicability of ecotourism activities in our country

Ilgaz Mountain National Park and Küre Mountains National Park are very suitable for botanical tourism due to the fact that biodiversity is high and the coverage is weak and usually has areas of single or perennial herbaceous plants and brush in which the plant species are concentrated. Ilgaz Mountain National Park and Küre Mountains National Park can be regarded as potential areas where botanical tourism can be applied in Kastamonu in terms of having biodiversity high areas with low coverage and high forest areas where plant species are concentrated. Dense forested areas, which are high plant species diversity, constitute approximately 91% of the total national park area in Ilgaz Mountain National Park, while Küre Mountains National Park constitutes approximately 95% of the total area. This allows introducing plant formations to tourists traveling within the scope of botanical tourism and allowing different colored forest habitats to be applied in interaction with other special interest tourism such as fotosafari and butterfly observations, especially the color changes that they create in spring and autumn. In addition, 1,7% of the total area in the Ilgaz Mountain National Park and 4,5% of the total area in the Küre Mountains National Park are covered by low vegetation areas, usually single or perennial herbaceous plants and bushes, which are high in terms of biodiversity potential and can be evaluated within the scope of botanical tourism.

In this context, it is aimed to create botanical tours for different forested habitats in national parks especially in spring and autumn, to provide branding to national and international scale through promotion and marketing, to draw attention to the natural and cultural values of the region, to contribute to specialization in guidance in a new business field such as nature guidance, providing quality service and ensuring a safe and satisfying visit, increasing the natural awareness of the local people and contributing to the national and local economy can be considered as the most important outputs of botanical tourism.

REFERENCES

- Anonim, 2014d. (<http://www.milliparklar.gov.tr/mp/ilgazdagi/index.htm>). Erişim Tarihi: 30.09.2014.
- Anonim, 2014e. <http://www.milliparklar.gov.tr/mp/kuredaglari/index.htm>. Erişim Tarihi: 02.10.2014.
- Avcı, M. 1993."Türkiye'nin flora bölgeleri ve Anadolu Diagonali'ne coğrafi bir yaklaşım". *Türk Coğrafya Dergisi* 28: 225-248.
- Avcı, M. (2005). Çeşitlilik ve Endemizm Açısından Türkiye'nin Bitki Örtüsü. İstanbul: İstanbul Üniversitesi edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, *Coğrafya Dergisi*, Sayı 13, p. 27-55.
- Çakmakçı, R., Erdoğan, Ü., Ayyıldız, F. (2008). Yukarı çoruh havzasının ekoturizm ve botanik turizmi potansiyeli. *Eser İspir Pazaryolu, Tarih, Kültür Ve Ekonomi Sempozyumu*. (pp. 457-475). Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Eminağaoğlu, Ö. (2015). Artvin'in Doğal Bitkileri. İçinde Eminağaoğlu, Ö., ve Beğen, H. (2015): Artvin'de Botanik Turizmi Potansiyeli (ss.95-103). İstanbul: Promat.
- Güney, K., Küçük, Ö., Aktürk, E., Evcin, Ö. (2017). Biodiversity of Gavurdag Wildlife Development Area. *Indian Journal of Pharmaceutical Education and Research*. Vol 51(3):368-372.
- Koçan, N. (2011). Murat Dağı'nın Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma, *Iğdır Univ. J. Inst. Sci. & Tech.* 1(3): 69-75.
- Kaya, Z. and Raynal, D.J. (2001), Biodiversity and conservation of Turkish forests, *Biological Conservation*, 97(2): 131-141.

- Kuçuk, O., Evcin, O., Aslan, F. (2017). Evaluating The Frequency, Dominance, Resemblance Analysis And Diversity Index Of Bird Species In Ilgaz Mountain National Park. *Fresenius Environmental Bulletin*. Volume 26: 5295-5304.
- Orhan, T., Karahan, F. (2010). Uzundere İlçesi ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi, *Artvin Çoruh University Faculty of Forestry Journal*, 11 (1):27-42.
- Özgüç, N. (1984). Turizm Coğrafyası. (ss.118-176). İstanbul: *İstanbul Üniversitesi Yayınları*.
- Polat, A.T., 2006, Karapınar İlçesi ve Yakın Çevresi Peyzaj Özelliklerinin Ekoturizm Kullanımları Yönünden Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, 305 sayfa, Konya.
- Surat, H., Yılmaz, H., Surat, B.Z. (2011). Yusufeli Ve Yakın Çevresinin Ekoturizm Kullanım Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, *Eastern Geographical Review*, 34: 61-88.
- Sayılan, H. (2005). Endemik Bir Bitki Türü Olan Muş Lalesi'nin (Tulipa sintenisii Baker) Botanik Turizmi (Bitki Gözlemciliği) Amaçlı Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Şen, G., Buğday, S. (2015). Kastamonu İlinde Çeşitli Statülerde Koruma ve Kullanma Amaçlı Belirlenmiş Alanlar. *Kastamonu Üni., Orman Fakültesi Dergisi*, 2015, 15 (2) 214-230.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing special interest tourism—frameworks for analysis, *Tourism Management* 27: 183–200.
- T.C. Orman Ve Su İşleri Bakanlığı Doğa Koruma ve Milli Parklar Genel Müdürlüğü (10. Bölge Müdürlüğü (2013), “Kastamonu Doğa Turizmi Master Planı 2013”.

ÇANKIRI MUTFAK KÜLTÜRÜNÜN TURİZM POTANSİYELİNİN İNCELENMESİ

Doç. Dr. Kutay OKTAY
Kastamonu üniversitesi Turizm Fakültesi,
koktay@kastamonu.edu.tr

Öğr. Gör. Mustafa TECİMEN
Çankırı Karatekin Üniversitesi Meslek Yüksekokulu,
mustafatecimen@karatekin.edu.tr

Eda TECİMEN
edatecimen81@gmail.com

Özet

Günümüzde rekabet yalnızca ürünler veya firmalar arasında değil ülkeler ve şehirler arasında da yaşanmaktadır. Bu çerçeveden baktığımızda rekabette avantaj elde etmek isteyen şehirler kendine özgü özelliklerini ön plana çıkarmaya çalışmalıdır. Çünkü her şehir bir diğerinden ayırt edici özelliklere ve farklılıklara sahiptir. Mutfak kültürü de bir şehri diğer şehirlerden ayıran ve turizm potansiyeli açısından yüksek değere sahip bir özelliktir. Mutfak kültürü yiyecek ve içeceklerin hazırlanma aşamasında geçirmiş oldukları tüm süreç ve tekniklerin yanı sıra aynı zamanda o yiyecek ve içeceklerin yöre halkının inanç ve değerleri kapsamında da anlam yükledikleri bir kültürel yapıdır. Bu araştırma kapsamında Çankırı mutfak kültüründe öne çıkan yiyecek ve içecekler incelenecektir. Çankırı'ya özgü yiyecek ve içecekler yer verilecektir. Bu çalışma, Çankırı'ya ait yiyecek ve içecekleri turizm potansiyeli açısından değerlendirmek ve Çankırı'da mutfak kültürünü gastronomi turizmine kazandırmak amacıyla yapılmıştır. Araştırma sonucunda Çankırı gastronomi turizm potansiyelinin artırılmasına yönelik önermelerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mutfak Kültürü, Turizm, Çankırı.

INVESTIGATION OF THE TOURISM POTENTIAL OF ÇANKIRI KITCHEN CULTURE

Abstract

Today, competition is not only between products or firms but also between countries and cities. When looking at this framework, cities that want to gain a competitive edge should try to bring their specific features to the forefront. Because each city has distinctive features and differences from one another. Culinary culture is also a feature that distinguishes a city from other cities and has a high value in terms of tourism potential. Culinary culture includes all the processes and techniques that food and beverages have undergone in the preparation phase as well as that is a cultural structure in which food and drink also make sense in the context of the beliefs and values of local people. Within the scope of this research, food and beverages that will stand out in Çankırı's culinary culture will be examined. Food and drinks that are unique to Çankırı will be featured. A survey will be conducted in Çankırı by face-to-face interviews with business owners who sell food products belonging to culinary cultures and produce products and meals specific to the city. This study will be done to evaluate the food and beverages belonging to Çankırı in terms of tourism potential. As a result, proposals will be made to increase tourism potential of Çankırı culinary culture.

Key Words: Culinary Culture, Tourism, Çankırı.

GİRİŞ

Dünyada her ülkenin mutfağı farklılıklar göstermektedir. Bir bölgeye ait kültürün ve kimliğin ön plana çıkmasını sağlayan en önemli faktörlerden biri o bölgenin mutfağıdır (Long, 2004: 24). Günümüzde insanlar artık sadece fizyolojik ihtiyaçları için değil, bunun yanı sıra yemek sürecinde farklı deneyimleri yaşamak ve sosyalleşmek için de dışarıda yemek yemektirler. Bir bölgenin mutfağı tarih öncesi çağlardan beri seyahat ile ilişkilendirilmiştir. Gastronomi çoğunlukla bir destinasyon ziyaretinin hedef parçası olarak kabul edilmekte ve bu nedenle önem taşımaktadır. (Özkaya ve Gündeğer, 2014: 188).

Gastronomi turizminin kapsamı sadece özel bir yemek türünün tadına bakmak için ya da bir yiyecek içecek ürününün yetiştigi ilk alana gidip onu yerinden satın almak için yapılan seyahat türleridir. Bununla birlikte yemeklerin farklı üretim süreçlerini görmek veya ünlü bir ustanın yaptığı yemekleri tatmakta bu kapsamda ele alınmaktadır. Herhangi bir restorana yapılan günlük olağan ziyaretler gastronomi kapsamına girmemektedir. (Yüncü, 2010: 29) Bir bölgenin turistik kaynaklarının fazlalığı turistlerin tatmin deneyimi yükseltecek ve o bölgenin üretimi, refahı, ürün ticareti ve sürdürülebilirlik açısından kalkınmalarını da sağlamaktadır (Lopez ve Martin, 2006: 171).

Türk mutfağının gelişimi ise özellikle Osmanlı imparatorluğunun büyük alanlara yayılması ile çok zenginleşmiştir. Özellikle saray mutfağının yemek düzeni ve adabı belirli kanunlara bağlanmıştır. Özellikle coğrafi konumun büyümesinde kaynaklanan etkileşimle Türk Mutfağı zenginliği tartışmasız hale gelmiştir. Zaman içerisinde teknolojik gelişmeler, beslenme alışkanlıkları, ekonomik ve sosyo-kültürel değişiklikler, endüstriyel yiyecek üretimi vb. sebeplerden Türk mutfağı hak ettiği yerde olmadığı görülmektedir. (Gökdemir 2009: 4).

Türklerde misafirler önemli kişilerdir. “Misafire ikramda kusur edilmez” sözü Türklerin konukseverliğini açıklayan en önemli sözler arasında yer almaktadır. Türk mutfağı da bölgeden bölge, Hatta şehirden şehre farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıkların çıkmasında birçok faktör ön plana çıkmaktadır. Bunlar o bölgenin; (coğrafi konumları, iklimleri, inançları, hayvan çeşitliliği bitki çeşitliliği, ekonomik durumu, yaşam tarzları vb.) unsurlar bölgelerin temel belirleyici konumunda olabilmektedir. (Deveci, Türkmen ve Avcıkurt, 2013: 31).

Çankırı yöresinde geleneksel beslenme biçimi etkinliğini sürdürmektedir. Yöre insanının beslenme alışkanlıklarında Orta Anadolu özellikleri görülür. Beslenmenin temelinde buğday ve buğday ürünleri bulunmaktadır. Tarhana, bulgur, keşkek, yarma, erişte vb. yiyecekleri ev ekonomisi çerçevesinde yöre halkı kendisi üretir. Anadolu'nun pek çok yerinde olduğu gibi kimi yiyecek maddeleri kurutulmak, salamura yapılmak, turşu kurularak ve diğer bazı usullerle kışa hazırlanır. Kıyma, kavurma, sucuk gibi et ürünleri, kurutulmuş fasulye, patlıcan, biber gibi sebzeler, konserveler, değişik meyvelerden reçeller bunlar arasındadır (wowturkey.com).

Hamura çeşitli maddeler katılarak sacda, yağda, fırında ve tencerede pişirilerek çok sayıda yemek yapılmaktadır. Tava çöreği, yazma çöreği, bükme, gözleme, cızlama, tatar böreği, iri hamur, mantı, pıhtı, çullama bunların başlıcalarıdır. Tarhana, toyga, şaşımaşı, tutmaç, yarma, dene, cümcük gibi çorbalarda ana madde buğday ürünleridir. Yaş ve kuru sebzeler beslenmede ikinci sırayı alır. Hayvani besin tüketimi sınırlıdır (wowturkey.com).

Çankırı' da kökü uzun yıllara dayanan yaren sohbetlerinde yemek önemli bir unsurdur. Ahilik kültürünün parçası 'Yaran Geceleri' Çankırı'da asırlardır aslı gibi yaşatılıyor. Çankırı'da kış gecelerinde esnaflar bir araya gelip yaran ocağı yakıyor. Geleneklere göre akşam namazından sonra başlayan sazlı sözlü eğlence, sabah namazıyla sona eriyor. Yaran toplantıları kapsamında çeşitli ikramların yanında maniler okunuyor, çeşitli oyunları oynanıyor. Sadece eğlence değil, esnafların bir dayanışma biçimi olarak görülen gecelerde, katılımcıların birbirleriyle küslüğünün bulunmaması gerekiyor. Küs olanlar bu gecede barıştırılıyor. Öte yandan ceza alması gereken yaranlara çavuşun eline tura ile vurmasının yanı sıra 'karnı aç olan bir fakirin karnını doyurma' ve 'ihtiyaç sahibi olan bir aileye para verme' gibi cezalar veriliyor. Çankırı yaran kültüründe sofrada adabı önemlidir. Özellikle bunun için en meşhur atasözleri yaran ocaklarının genelinde yazar.

“Kız anadan öğrenir sofrada düzmeyi, Oğlan babadan öğrenir sohbet gezmeyi”

Toplantı bitiminde misafirler “Takım Yemeği” diye adlandırılan bir menü ikram edilir.

Bir takım yemeği genellikle yâran çorbası, yâran güveci, pilav, etli yaprak sarma, hoşaf, yumurta tatlısı ve çiçek bamya çorbasından oluşuyor. Bu menünün ilginç yanı ise en son çiçek bamya çorbası ile bitmesidir. Çorbanın yemekleri hazmetmeye iyi geldiği için sonda servis edildiği bilinmektedir. Yaran ocağına gelen misafirler "kalk git kahvesi" adı verilen Türk Kahvesi ikramı ile uğurlanıyor. Çankırı iline özgü birçok meşhur yemek, içecek, hamur işi ve tatlılar vardır. Ama Çankırı denince ilk akla gelen lezzetler şunlardı (lezzetler.com):

Sarımsaklı Et
Yaren Güveci
Bütün Et
Mantı
Bazlama
Yağlı Gözleme
Katmerli
Unlu Tarhana Çorbası
Katıklı Tarhana
Keşkek
Mıkla
Tutmaç
Bamya
Yumurta Tatlısı
Höşmerim
Kızılıcık Şurubu
Zeytinyağlı Pırasa Dolması

Çankırı turizm potansiyeli yok denecek kadar azdır. En büyük turizm potansiyeli kış turizmi olan Ilgaz dağıdır. Ilgaz dağında Kış aylarında turist oranı çok yüksektir ama bu turistlerin çoğu Çankırı şehir merkezine uğramadan transit geçmektedir. Bu turistleri şehir merkezine çekmek ancak alternatif turizm faaliyetleri ile olabilir. Gastronomi turizmi bu açıdan önemli bir rol oynamaktadır. Çankırı-İlgaz dağı arası ortalama 70 km'dir. İnsanlar gastronomi turizmi için genellikle bu mesafenin daha fazlasını gitmek zorunda kalmaktadırlar. Gastronomi turizmini geliştirerek Ilgaz ilçesine kış turizmi için gelen turistleri etkileyerek en azından birkaç gün daha fazla kalmalarını sağlayıp şehir merkezine çekebilirler.

YÖNTEM

Gastronomi turizminin geliştirilmesi ve sürdürülebilirliği, sosyo-kültürel mirasa sahip çıkmayı gerektirir. Gastronomi turizminin özendirilmesi, tarihsel kültürel mirasın korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması açısından oldukça önemlidir (Akgöl, 2012). Bu nedenle bu araştırmada Çankırı mutfak kültürünün sürdürülebilir bir anlayışla gastronomi turizmine kazandırılması ve gelecek nesillere aktarılması amaçlanmıştır.

Çankırı ili turizm potansiyeli açısından fazla gelişmemiş bir yerdir. Genellikle yaz aylarında Çankırı'dan büyük şehirlere ve başka ülkelere göç eden kişiler memleketlerini ziyaret etmektedirler. Bu aylarda turist bakımından en kalabalık olduğu zamanlardır. Bu turistlerin Çankırı ilinin gastronomi altyapısına ilişkin bilgilerin taranarak bir araya getirilip gastronomi turizmi için ayırt edici özelliği olan yiyecek içecek ve gastronomi faaliyetlerinin ortaya konulması açısından bir öneme sahiptir. Çankırı mutfağının özellikle gastronomi turizmine kazandırılması, gıda işletmelerin ve aynı zamanda bunu yanı sıra diğer hediyelik eşya dükkanlarının da daha fazla müşteri potansiyeli ulaşması açısından önemlidir. Çankırı ilinin marka şehir olması ve tanınırlığı artması içinde ayrı bir öneme sahiptir.

Araştırmanın Çankırı'ya gelen turistler oluşturmaktadır. Çankırı ili turizm potansiyeli açısından fazla gelişmemiş bir yerdir. Genellikle yaz aylarında Çankırı'dan büyük şehirlere ve başka ülkelere göç eden kişiler memleketlerini ziyaret etmektedirler. Bu aylarda turist bakımından en kalabalık olduğu zamanlardır. Maddi olanaklardan dolayı evrenin hepsine ulaşılması zor olduğundan örnekleme yoluna gidilmiştir. Araştırmada ölçüm aleti olarak anket kullanılmıştır. Araştırmada 2017 Temmuz ayında Çankırı'ya gelen turistlerden anket uygulanmıştır. Toplam 450 kişiye ulaşılmış ve anket uygulanmıştır. Anketlerin içinden geçerli olmayanlar ve boş bırakılan anketler çıkartılmış sonucunda 391 anket üzerinden analizler yapılmıştır.

Araştırmamızda izlenen amaç doğrultusunda sorulan sorular, Çankırı mutfak kültürünün turizme katkısını ölçmek için Karakulak tarafından 2016 da hazırlanan soru formundan yararlanmıştır. Anket toplam 12 sorudan oluşmaktadır. Soru formu 5’li Likert ölçeğine göre düzenlenmiş olup, her bir sorunun verilecek cevaplar, “1= kesinlikle katılmıyorum”, “2=katılmıyorum”, “3=kararsızım”, “4=katılıyorum” ve “5=kesinlikle katılıyorum” şeklinde oluşturulmuştur. Toplam 12 sorudan oluşan ölçek için yapılan güvenilirlik analizi sonucu alfa değeri 0,82 bulunmuştur.

Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
,82	12

Literatüre göre alfa değeri $0,80 \leq \alpha \leq 1$ ise ölçek oldukça güvenilirdir. Yapılan analizde α değeri 0,901 olarak bulunduğundan dolayı ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğu söylenebilir. Araştırmada elde edilen verilerin analizi için Spss v20 istatistik programı kullanılmıştır.

1. BULGULAR

Tablo 1: Araştırmaya katılanların demografik özellikleri

		n	%
Cinsiyet	Erkek	242	61,5
	Kadın	149	38,5
	Toplam	391	100,0
Medeni Durum	Evli	182	46,5
	Bekar	209	53,5
	Toplam	391	100,0
Yaş	20 yaş ve Altı	65	16,6
	21-30 yaş	115	29,4
	31-40 yaş	104	26,6
	41-50 yaş	83	21,2
	51 yaş ve üzeri	24	6,1
	Toplam	391	100,0
Gelir	1400tl ve altı	45	11,5
	1401tl-2000tl	68	17,4
	2001tl-3000tl	91	23,3
	3001tl-4000tl	89	22,8
	4001tl-5000tl	56	14,3
	5001tl ve üstü	42	10,7
	Toplam	391	100,0
Eğitim	İlköğretim	64	16,4
	Lise	108	27,6
	Üniversite	194	49,6
	Lisansüstü	25	6,4
	Toplam	391	100,0

Tablo 1’de katılımcıların demografik bilgileri yer almaktadır. Araştırmaya katılanların % 61,5’İ erkek, % 38,5’İ kadın iken % 46,5’i evli, % 53,5’İ ise bekârdır. Katılımcıların % 16,6’sı 20 yaş ve altı, %29,4’ü 21-30 yaş aralığında %26,6’sı 31-40 yaş aralığında %21,2’si 41-50 yaş aralığında %6,1’i ise 51 yaş ve üstü yaş aralığında yer almaktadır. Aylık gelir seviyesi açısından incelendiğinde katılımcıların % 11,5’inin 1400TL ve altında, %17,4’nün 14001-2000 TL, %23,3’nün 2001-3000TL, %22,8’nin 3001-4000TL, %14,3’nün 4001-5000TL, %10,7’sinin 5000TL ve üzeri gelire sahip oldukları görülmektedir. Araştırmaya katılanların %16,4’nün ilköğretim, %27,6’nın lise, %49,6’nın üniversite ve % 6,4’nün lisansüstü düzeyinde eğitime sahip oldukları görülmektedir

Tablo 2: Çankırı Mutfak Kültürünün Turizm Potansiyeline Etkisi Var mıdır?

	n	%
Evet	156	39,9
Hayır	235	60,1
Toplam	391	100,0

Çankırı mutfak kültürünün turizm potansiyeline etkisi sorulduğunda katılımcıların %60,1’i hayır , %44’ü evet cevabını vermişlerdir. Çankırı halkının çoğunluğu Çankırı mutfak kültürünün turizm etkisi olmadığını düşünmektedir.

Tablo 3: Çankırı Mutfak Kültürü Turizme Kazandırılmalı mıdır?

	n	%
Evet	312	79,8
Hayır	79	20,2
Toplam	391	100,0

Çankırı mutfak kültürünün turizme kazandırılmasını ister misiniz sorusuna halkın % 79,8’ i evet cevabı geri kalan % 20,2’lik kısmı hayır cevabı vermiştir. Buda Çankırı gelen turistlerin mutfak kültürüne önem verdiklerini ve çeşitlenmesine destek verdiği anlamına gelmektedir.

Tablo 4: Çankırı’ya Özgü Gıda Ürünleri Bölgeyi İyi Bir Şekilde Temsil Etmektedir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	36	9,2
Katılmıyorum	42	10,7
Karasızım	90	23,0
Katılıyorum	114	29,2
Kesinlikle katılıyorum	109	27,9
Toplam	391	100,0

Yukarıdaki tabloda da görüldüğü gibi Çankırı’ya özgü gıda ürünleri bölgeyi iyi bir şekilde temsil ettiğini düşünen katılımcılar %57,1’dir. Diğer yandan %19,9’u ise Çankırı’ya özgü gıda ürünlerinin bölgeyi iyi temsil etmediğini düşünmektedir. %23’lük kısmı ise bu konuda kararsız olduklarını belirtirler.

Tablo 5: Çankırı'ya Özgü Ürünler Geleneksel Ürünlerdir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	41	10,5
Katılmıyorum	76	19,4
Karasızım	72	18,5
Katılıyorum	108	27,6
Kesinlikle katılıyorum	94	24,0
Toplam	391	100,0

Çankırı'ya özgü ürünler geleneksel ürünler midir diye sorulduğunda %51,6'sı geleneksel ürünler olduğunu, fakat diğer yandan %29,9'u ise geleneksel olmadığını düşünmektedir.%18,5'i kararsız olduğunu belirtti.

Tablo 6: Çankırı'ya Özgü Gıdaları Tatmak İçin İl Dışından Ziyaretçiler Gelmektedir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	38	9,7
Katılmıyorum	72	18,4
Karasızım	79	20,3
Katılıyorum	112	28,6
Kesinlikle katılıyorum	90	23,0
Toplam	391	100,0

Çankırı'ya özgü gıdaları tatmak için il dışından ziyarete gelir misiniz sorusuna katılımcıların yarı oranı % 51,6'sı geleceğini ve %28,1'i gelmeyeceğini belirtmişlerdir. Geri kalan %20,3'ü ise kararsızdır.

Tablo 7: Çankırı'ya Özgü Ürünlerin Lezzetleri Ziyaretçiler Tarafından Beğenilmektedir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	33	8,4
Katılmıyorum	38	9,7
Karasızım	97	24,9
Katılıyorum	111	28,4
Kesinlikle katılıyorum	112	28,6
Toplam	391	100,0

Yukarıda ki tabloda katılımcıların %57'lik kısmı Çankırı'ya özgü ürünleri beğendiğini belirtmişlerdir, bunun aksine beğenmeyenlerin oranı ise % 18,1'dir. %24,9'u ise kararsız oldukları belirtmektedirler.

Tablo 8: Gelen Ziyaretçiler Genellikle Çankırı'ya özgü yiyecek ve içecekleri tercih etmektedir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	24	6,1
Katılmıyorum	47	12,0
Kararsızım	91	23,3
Katılıyorum	131	33,5
Kesinlikle katılıyorum	98	25,1
Toplam	391	100,0

Araştırmaya katılanların %58,6'sı Çankırı'ya geldiklerinde Çankırı'ya özgü yiyecek ve içecekleri tercih ettiklerini, % 18,1'i ise tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Geriye Kalan % 23,3'lük kısmı ise kararsızları oluşturmaktadır.

Tablo 9: Çankırı'daki Yöresel Yiyecek ve İçeceklerin Sunumu Özgündür.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	43	11,0
Katılmıyorum	67	17,1
Kararsızım	75	19,2
Katılıyorum	119	30,4
Kesinlikle katılıyorum	87	22,3
Toplam	391	100,0

Yukarıda ki tabloda katılımcıların %52'lik kısmı Çankırı'ya ait yöresel yiyecek ve içeceklerin sunumlarının kendine özgün olduğunu düşündüğü görülmektedir. % 28,1'lik kısmı bu görüşe katılmaktadır. %19,2'si ise kararsız oldukları belirtmektedirler.

Tablo 10: Çankırı'ya Ait Yiyecek ve İçecekler Basında Yeteri Kadar Tanıtılmaktadır.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	107	27,4
Katılmıyorum	137	35,0
Kararsızım	75	19,2
Katılıyorum	37	9,5
Kesinlikle katılıyorum	35	9,0
Toplam	391	100,0

Büyük bir oranda gelen turistlerin %62,4'ü Çankırı'ya ait yiyecek ve içeceklerin basında yeterince tanıtılmadığını düşünmektedir. Bu konuda % 19,2'i kararsız olduklarını ve % 18,5'lik kısmı ise iyi tanıtıldığını düşünmektedir.

Tablo 11: Çankırı'ya Özgü Yiyecek ve İçecekler Bölgenin Tanıtımına Katkı Sağlamaktadır.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	55	14,1
Katılmıyorum	111	28,4
Karasızım	91	23,3
Katılıyorum	87	22,3
Kesinlikle katılıyorum	47	12,0
Toplam	391	100,0

Çankırı'ya özgü ürünler bölgenin tanıtımında etkili midir diye sorulduğunda % 34,3'ü etkili olduğunu, fakat diğer yandan %42,5'i ise etkili olmadığını düşünmektedir.%23,3'ü ise bu konu hakkında kararsız olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 12: Çankırı'ya Özgü Yiyecek ve İçecekler Gelen Ziyaretçiler Tarafından Bilinmektedir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	51	13,0
Katılmıyorum	104	26,6
Karasızım	95	24,3
Katılıyorum	98	25,1
Kesinlikle katılıyorum	43	11,0
Toplam	391	100,0

Katılımcıların %39,6'sı Çankırı'ya ait yiyecek ve içeceklerin daha önceden bilmediklerini belirtmişlerdir. Bu konuda % 24,3'ü kararsız olduklarını ve % 36,1'lik kısmı daha önceden bildiklerini belirtmişlerdir.

Tablo 13: Çankırı'nın Tanıtımında Yöresel Yiyecek ve İçecekler Etkilidir.

	n	%
Kesinlikle Katılmıyorum	84	21,5
Katılmıyorum	83	21,2
Karasızım	68	17,4
Katılıyorum	103	26,3
Kesinlikle katılıyorum	53	13,6
Toplam	391	100,0

Çankırı'ya özgü ürünler Çankırı tanıtımında etkili midir diye sorulduğunda %39,9'u tanıtımında etkili olduğunu, fakat diğer yandan %42,7'si ise tanıtımında etkili olmadığını düşünmektedir.%17,4'ü kararsız olduğunu belirtmişlerdir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırmaya katılanların %60,1'i Çankırı mutfak kültürünün turizm potansiyeline etkisi olmadığını düşünmektedir. Aynı zamanda Çankırı mutfak kültürünün turizme kazandırılmasını %79,8'i desteklemektedir. Buda Çankırı'ya gelen turistlerin Çankırı mutfak kültürüne önem verdiklerini

göstermektedir. Bu durumda öngörülen Çankırı da bulunan turizm işletmelerinin özellikle yemek menülerinde Çankırı'ya özgü yemekleri bulundurmaları ve bu ürünleri ön plana çıkartıp gelen turistlere sunmaları Çankırı yemek kültürünün tanıtılması açısından çok önemlidir.

Katılımcıların %62,4'ü Çankırı'ya ait yiyeceklerin yeterince basında tanıtılmadığını düşünmektedir. Son dönemlerde özellikle büyük şehirlerde farklı illerin tanıtım günleri yapılmaktadır. Çankırı şehri de kendine özgü yemek kültürünü büyük illerde belli zamanlarda tanıtım günleri yaparak reklamının daha iyi yapılmasını sağlayabilir.

Özellikle Çankırı'da uzun yıldır süre gelen yaren kültürü günümüz de devam etmektedir. Yapı olarak Şanlıurfa sıra gecelerine benzeyen sosyal bir faaliyettir. Yaren geceleri aynı Urfa sıra geceleri gibi ilgi çekici ve turiste cazip gelen bir gösteriye dönüştürülmesi sağlanırsa, hem turistler Çankırı kültürünü hem de Çankırı yemek kültürünü daha iyi tanımış olacaktır.

Tüm bu sonuçlar doğrultusunda Çankırı mutfak kültürünün Gastronomi turizmi kapsamında yeterince tanıtılmadığı ve turizm potansiyeline etkisinin az olduğu bulgulanmaktadır. Özellikle Çankırı'nın tanıtımında büyük rol oynayan kurumların Çankırı'nın kendine özgü ürünlerinin ve mutfak kültürünün korunmasını tanıtılmasını hedeflemelidir.

KAYNAKÇA

- Akgöl, Y. (2012). Gastronomi Turizmi ve Türkiye'yi Ziyaret Eden Yabancı Turistlerin Gastronomi Deneyimlerinin Değerlendirilmesi (Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi), Mersin Üniversitesi, Mersin.
- Deveci, B., Türkmen, S. ve Avcıkurt, C. (2013). Kırsal Turizm ile Gastronomi Turizmi İlişkisi: Bigadiç Örneği. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi, 3(2), 29-34.
- Gökdemir, A. (2009) Mutfak Hizmetleri Yönetimi Detay Yayıncılık Ankara, 2009
- Karakulak, Ç. (2016) Coğrafi İşaretleme yoluyla Gastronomik Kimlik Oluşturma ve Gastronomik Kimliğin Destinasyon Pazarlamasındaki rolü: Trakya Örneği (Yüksek Lisans tezi), Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi; Muğla.
- Long, M. L. (2004) Culinary Tourism , (2. Baskı) USA: The University Press of Kentucky
- Lopez, X. A. ve Belen G. M. (2006) Tourism and Quality Agro-Food Products: an Opporunity for The Spanish Countryside, Journal of Economic & Social Geography, Vol:97, No:2, pp:166-177.
- Özkaya, E. ve Gündeğer, M. (2014). Yöresel Ürünlerin Gastronomi Turizminde Kullanımı: Ayvıcık Örneği 1. Ulusal Meslek Yüksek Okulları Sosyal ve Teknik Bilimler Kongresi, Zonguldak
- Yüncü, Hilmi Rafet (11 Nisan 2009) Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası, 10. Aybastı Kurultayı'nda Sunuldu, Ankara.
- <http://wowturkey.com/forum/viewtopic.php?t=141731>
- <http://lezzetler.com/cankiri.yemekleri>

TURİZM SEKTÖRÜNDE FİYAT POLİTİKASI VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: ANTALYA ÖRNEĞİ

Prof. Dr. Sayım IŞIK
Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.F. İktisat Bölümü
sayim@akdeniz.edu.tr

Hatice ÜSTÜNDAĞ
Akdeniz Üniversitesi, S.B.E. İktisat Bölümü
hustundag16@gmail.com

Özet

Bu çalışmanın amacı, otel fiyatlarının belirlenmesiyle ilgili hedonik fiyatlama literatüründeki ampirik katkıları ele almaktadır. Hedonik fiyat modeli, bir yandan tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayan diğer yandan otellerin karlılığını geliştiren önemli bir araçtır. Son zamanlarda otellerin sahip olduğu tüm özelliklerin otel fiyatına etkisini analiz eden çok sayıda bilimsel makale bulunmaktadır. Fakat Türkiye ve Antalya’da otel fiyatlarını inceleyen çalışma sayısı oldukça azdır. Bu nedenle hedonik fiyat modelleri, otel yöneticilerinin fiyatlarını ve yatırım stratejilerini şekillendirmede önemli rol oynamaktadır. Bugün Antalya’daki oteller, fiyat stratejisi olarak her şey dahil sistemini uygulamaktadır. Öyle ki oteller, bu fiyat stratejisi nedeniyle problemler yaşamaktadır. Bu nedenle çalışmamız, maliyet ve karlılık açısından her şey dahil sistemi üzerindeki ampirik sonuçları incelemekte ve değerlendirmektedir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü izleyen ikinci bölümde hedonik fiyatlama üzerindeki ampirik literatür ele alınmaktadır. İkinci bölümde, Türkiye ve Antalya’daki ampirik çalışmalar incelenmektedir. Nihai olarak, ampirik literatürden hareketle çalışmanın bulguları sunulmaktadır.

Anahtar Sözcükler: hedonik fiyat modeli, fiyat stratejisi, otel oda fiyatı, her şey dahil sistemi, Antalya.

PRICE POLICY AND SUSTAINABILITY IN TOURISM SECTOR: THE CASE OF ANTALYA

Abstract

The aim of this study is to analyze empirical contributions in hedonic pricing literature concerning determination of hotel room prices. Hedonic pricing model is a pricing strategy which is a critical tool in satisfying the needs of consumers on one hand, and improving the profitability of the hotels on the other hand. Recently, there are articles studying effects on price of different characteristics of hotels. But the studies on hotel prices are still rare in Turkey and Antalya. Therefore hedonic pricing model is very important for hotel managers shaping pricing and investment strategies. Today, hotels in Antalya are implementing all-inclusive system. So, they have a lot of problems because of the pricing strategy. That is why the study examines empirical results about the all-inclusive system with regard to their cost and profitability. The study consists of three sections. Section 2 provides the literature review on hedonic pricing of hotels. The section presents effects on price of different characteristics of hotels. Then section 3 examines empirical studies on Turkey and Antalya. Specially, it investigates Turkish empirical literature on the all-inclusive system of hotels in Antalya. Lastly we will present information about findings of the study based on the results of the literature review.

Key words: hedonic pricing model, pricing strategy, hotel room price, all-inclusive system, Antalya.

1.GİRİŞ

Günümüzde otel fiyatları, büyük değişimler göstermekte, aynı bölgeler de bile farklılık arz etmektedir. Otel fiyatlarını etkileyen faktörler üzerinde konaklama literatüründe çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalarda öne çıkan bulgular, konaklama işletmelerinde fiyatların belirlenmesinde çeşitli arz ve talep faktörlerine vurgu yapmaktadır.

Turizm sektöründe fiyat politikasını etkileyen temel değişkenler: Konaklama firmalarının maliyetleri, rakip firmaların rekabeti (piyasa yapısı), yasal/siyasal sınırlamalar ile konaklama tesislerinin özellikleri, konumu ve imajıdır. Konaklama maliyetleri iki temel değişkenle ilişkilidir. İlki, firmaların kontrol edemeyecekleri maliyet kalemlerinin fiyatlarındaki değişimlerdir. Maliyet

enflasyonu/deflasyonu büyük ölçüde ülkenin enflasyon oranıyla ilişkilidir ve firma için dışsal bir faktördür. İkincisi ise firmanın kontrolünde olan ve sunulan hizmetlerin kalitesiyle ilgili tercihleridir. Bu tercih, büyük ölçüde firmanın imajı ve dolayısıyla müşteri davranışlarıyla ilgili beklentileriyle ilişkilidir. Maliyete dayalı fiyatlandırma stratejisi, maliyeti kapsaması ve değişken koşullara uyum sağlaması açısından avantajlı olmasına karşın, müşterilerin tercihleri dikkate alınmaması nedeniyle önemli dezavantaja sahiptir (Sherlekar, Prasad ve Victor, 2010: 200 ve Phillips, 2011, s.45). Çünkü fiyatlama, müşterilerin tercih ve davranışlarından yani talepten bağımsız düşünülemez. Müşterilerin firmanın sunduğu hizmetlere ilişkin atfettiği fayda/değer fiyatı etkileyen önemli bir faktördür. Bu bağlamda, konaklama işletmelerinin müşterinin kendi hizmetlerine yönelik davranışlarını doğru tahmin etmelidir. Aksi takdirde yanlış fiyat politikaları, işletmelerin gelir yönetimini olumsuz etkileyecektir.

Konaklama tesislerinin fiyat politikasını etkileyen bir diğer değişken içinde olduğu piyasanın yapısı ve dolayısıyla rekabet koşullarıdır. Firmalar kendi fiyatlarını belirlerken, diğer rakiplerinin fiyat politikaları ve olası tepkilerini dikkate almak zorundadır. Firma fiyat değişimleri karşısında rakiplerinin nasıl tepki göstereceği ve bunun gelir yönetimi üzerindeki etkisini tahmin ederek fiyatlarını belirlemelidir. Firmalar için talep tahmin edilmesi oldukça zor bir değişkendir. Firmalar özellikle rekabetçi piyasalarda talep eğrisinin esnek olduğu düşünerek fiyatlama yaparak, satış gelirlerini olumsuz yönde etkilenmesini önlemektedir. Rekabetin nispeten az olduğu ve talep eğrisinin dik olduğu durumlarda firmaların fiyat değişiklikleri daha kolay yaparak gelirlerini arttırma fırsatlarına sahiptir. Konaklama işletmelerinin talep yapısı genel olarak oldukça esnek bir yapıya sahiptir.

Hükümetlerin/yerel birimlerin aldıkları idari kararlarla doğrudan veya dolaylı olarak turizm şirketlerinin fiyatlama kararlarına müdahale edebilirler. Özellikle oda fiyatlarının üst ve alt limitleri, çevresel düzenlemeler, işçi güvenliği ve ücretlerle ilişkin düzenlemeler bunların en iyi örnekleridir.

Konaklama işletmelerinin arz yönünü temsil eden tesislerin özellikleri, konumu ve imajı önemli fiyat stratejisinin etkileyen temel faktörlerdir. Konaklama tesislerinin sınıfı, sunduğu hizmetlerin kalitesi ve çeşitliliği, çevresel ve mimari özellikleri, merkeze yakınlığı/uzaklığı, sahip olduğu itibar gibi müşterilere farklı ekonomik değer atfeden özellikler, fiyatlama üzerinde olumlu etki yapmaktadır. Konaklamanın özelliklerinin fiyatları büyük ölçüde etkilediği dikkate alındığında, girişimciler ve yatırımcılar gelirlerini arttırmak için ürünlerini sürekli olarak geliştirme çabası içinde olacaklardır. Bu ise piyasada konaklama işletmelerine rekabet avantajı sağlayacaktır. Bu bağlamda, firmalar fiyatlama stratejisi geliştirirken müşterilerinin talep yapısını, davranış şekillerini, tercihlerini, beklentilerini ve gelirleriyle ilgili bilgilere ihtiyaç duyarlar. Müşteri talebi ile fiyatlama arasındaki ilişkiyi ölçmeye yönelik piyasa araştırmaları, fiyat değişimleri karşısında müşterilerin nasıl tepki göstereceğini tahmin ederek, doğru fiyat stratejisinin temelini oluşturmaktadır.

Otel fiyatlarını etkileyen faktör dikkate alındığında hem müşteri hem de otel için doğru fiyatların belirlenmesi müşteri tatmini ve otel karlılığı için önem arz etmektedir. Literatürde otel fiyatlama stratejileri, maliyete dayalı ve piyasaya dayalı olmak üzere iki temel gruba ayrılmaktadır. Maliyete dayalı yaklaşımda otel fiyatlarının belirlenmesinde maliyetler ve müşteri talep tahminleri dikkate alınmaktadır. Piyasaya dayalı fiyat stratejisinde ise, müşterilerin beklentileri ve talebi dikkate alınarak, fiyatı arttırmadan maliyetleri düşürecek şekilde hareket edilmektedir. Ampirik literatürde otel fiyatlama yaklaşımlarını tüketici davranışı, birleşik analiz ve hedonik analiz olmak üzere üç gruba ayrılabilir. Bu çalışmada esas olarak son dönemde hızla ilgi gören hedonik fiyatlama üzerinde durulacaktır.

Bu çalışmada, otel fiyatlarını etkileyen çok sayıda faktör bulunmakla birlikte, otel fiyatları ile otelin özellikleri, konumu, hizmet kalitesi gibi faktörler arasındaki ilişkiyi araştıran konaklama literatüründe incelenecektir. Ayrıca, Türkiye bağlamında özellikle Antalya'da otellerin fiyatlama stratejisi olan her şey dahil sisteminin etkileri analiz edilecektir. Bu bağlamda çalışmanın ikinci bölümünde otellerin oda fiyatlarının belirlenmesinde etkili olan faktörleri inceleyen hedonik fiyatlama literatür çalışmaları ile ele alınıp, değerlendirmektedir. Üçüncü bölümde Türkiye ve Antalya üzerine otel fiyatlarının belirlenmesine yönelik olarak yapılan literatür çalışmaları yer verilmektedir. Ayrıca bu bölümde,

Antalya ölçeğinde yapılan her şey dahil sistemine yönelik ampirik çalışmalar da ele alınmaktadır.. Çalışma, bir değerlendirme ile sonuçlandırılmaktadır.

2. HEDONİK FİYATLAMA MODELİNE YÖNELİK AMPİRİK LİTERATÜRÜ

Otel fiyatlarını etkileyen faktör dikkate alındığında otelcilik sektöründe fiyatlar, bir yandan müşterinin ihtiyaçlarını karşılayacak diğer yandan otelin karlılığını arttıracak düzeyde belirlenmelidir. Bu bağlamda fiyatlama stratejileri hem müşteriler hem de firma için doğru fiyatların belirlenmesi açısından önemlidir. Literatürde otel fiyatlama stratejileri, temel olarak maliyete dayalı ve piyasaya dayalı olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (Steed ve Gu, 2005, s. 370). Maliyete dayalı yaklaşım temel olarak maliyetlere dayanmaktadır. Bu yaklaşımda otel fiyatları, müşteri talep tahminlerine dayalı olarak belirlenir. Bu yaklaşımda en düşük düzeyden başlanarak, karları maksimize edecek şekilde fiyatlar arttırılmaktadır (Drury, 2008). Maliyete dayalı fiyat yaklaşımı da mark-up fiyatlama, hedef getiri fiyatlama, beş parmak kuralı, aşağıdan yukarı (veya Hubbart formülü), gibi farklı alt ilkelere dayanmaktadır¹⁸. Piyasaya dayalı fiyat stratejisinde ise, müşterilerin beklentileri ve talebine dayalı olarak otel fiyatları belirlenir. Bu yaklaşımda en yüksek fiyattan başlanarak, daha sonra maliyetleri dikkate alınacak şekilde fiyatlar düşürülerek otel fiyatları belirlenmektedir. Bu yaklaşımın temel amacı, fiyatları arttırmadan maliyetleri düşürerek karları arttırmaktır. Piyasaya dayalı fiyat stratejisi ise taban fiyat, fiyat liderliği, çapraz-maliyet fiyatlaması, bariyet fiyatlama, paket fiyatlama, marka değerine dayalı fiyatlama, rayiç fiyatlama, piyasaya giriş amaçlı fiyatlama gibi farklı türleri bulunmaktadır. Otellerin fiyatlama stratejilerinin her birinin avantajları ve dezavantajları bulunmaktadır. Örneğin çoğu otel için doğru fiyata karar vermek zaman alan bir süreç olması nedeniyle sadece maliyetler üzerine yoğunlaşarak karlarını arttırmak oldukça zor görünmektedir. Otelin birim maliyetlerinin satış miktarıyla birlikte hareket etmesi nedeniyle oldukça zor olması nedeniyle aşırı veya düşük fiyatlamaya neden olmaktadır (Collins ve Parsa 2006, s. 93).

Otel fiyatlama yaklaşımlarını daha net ve anlaşılır kılmak için teknik ve yöntem açısından tüketici davranışı, birleşik analiz ve hedonik analiz olmak üzere üç gruba ayrılabilir (Zhang, Zhang, Lu, Cheng ve Zhang, 2011, s. 1036-38). Tüketici davranışına dayalı fiyatlama, farklı her bir otel müşterisinin otel odası için ödeyeme razı olacağı fiyatı tahmin etmeye yönelik bir yaklaşımdır. Birleşik analize dayalı fiyatlandırma, müşterilerin bir otelin spesifik özelliklerine atfettiği değeri tahmin etmeye yönelik bir yaklaşımdır. Hedonik fiyat yaklaşımı ise, otelin sahip olduğu her bir özelliğin (yıldız sayısı, otelin yaşı, otelin büyüklüğü, sağladığı hizmetlerin çeşitliliği, mekansal faktörler gibi) fiyat üzerindeki etkisini belirlemeye çalışan bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımlar içinde bilimsel olarak en çok kullanılan ve etkili olan yaklaşım hedonik fiyatlama modelidir.

Lancaster (1966) ve Rosen (1974) tarafından geliştirilen hedonik fiyat modeli, bir malın ve hizmetin sahip olduğu özelliklerinden dolayı tüketicisine sağladığı fayda ve memnuniyete dayanmaktadır. Otel odasının hedonik fiyatlandırmasında otelin sahip olduğu özelliklerin müşteriler için yarattığı fayda önem kazanmaktadır. Bu bağlamda konaklama, homojen değil heterojen özelliklere sahiptir. Bu yaklaşımda konaklama, sahip olduğu özelliklerin bir toplamı olarak değerlendirilmekte ve bu yönüyle farklılaşmaktadır. Konaklamanın tüketicieye sağladığı fayda, konaklamanın sahip olduğu farklılaşmış özelliklerinden kaynaklanan faydalara dayanmaktadır (Kördis, 2013, s. 34). Hedonik fiyatlamada temel varsayım, konaklama müşterilerinin kendisine sunulan hizmetin kendisinden ziyade onun sağlamış olduğu özelliklere göre fiyatlandırma yapmış olmasıdır. Yani, konaklama hizmetinin piyasa fiyatı, o hizmetin çeşitli özelliklerinin bir fonksiyonudur. Sonuç olarak hedonik fiyatlama, fayda teorisine dayanan ve heterojen bir hizmet varsayımı altında fiyat analizinin yapıldığı bir fiyatlama yaklaşımıdır.

Turizmde hedonik fiyat çalışmalarına ilişkin ampirik literatür son dönemde hızla gelişmektedir. Bu çalışmalarda özellikle otel fiyatlandırmasını etkileyen faktörler analiz edilmekte ve sektörle ilgili yeni bulgular sunulmaktadır. Bu bölümde bu çalışmalardan önemli olanlara yer verilmektedir. Tüketici davranışlarının analiz edildiği önemli çalışmalarından birisi Arbel ve Pizam (1977)'in İsrail için

¹⁸ Ayrıntılı bilgi için bkz: (Morris ve Morris, 1990); Collins ve Parsa (2006); (Falaliev (2014).

yaptıkları çalışmadır. Yazarlar, bu çalışmalarında şehir merkezine uzaklık ile ödeme istekliliği arasındaki ilişki çok düşük bulunmuştur. Monty ve Skidmore (2003), Amerika/Wisconsin için konum, şehir merkezine uzaklık, hafta sonu ve sezon zamanları, oda büyüklüğü, jakuzi özel banyonun konaklama fiyatlarını etkileyen değişkenler olduğu saptanmıştır. Goldberg, Green ve Wind (2017)'un Amerika için yaptıkları çalışmada otel fiyatlarını etkileyen en önemli değişkenler olarak otel ve odanın özellikleri bulunurken, tüm fiyat grupları için otel fiyatları ile talep arasında negatif ilişki tespit edilmiştir.

Chen ve Rothschild (2010) Tayvan /Taipei için yaptıkları çalışmada, zincir otel, oda büyüklüğü, şehir merkezinde bulunması, led TV, bar, internet, konferans faaliyetleri, spor salonu otel oda fiyatlarını etkileyen değişkenler olarak bulunmuştur. Andersson (2010), Singapur'da oda fiyatları ile oda kalitesi ve odanın yıldız sayısı arasında ilişkiyi güçlü bulurken, otelin özelliklerinin hizmet kalitesi ile ilişkisini düşük bulmuştur. Zhang, Zhang, Lu, Chengb, ve Zhang (2011), Çin/Beijing için yıldız sayısı, oda sayısı, otelin yaşı ve otelin bulunduğu konum otelin fiyatlarını etkilediğini saptamışlardır. Ayrıca, otelin yaşı ve yıldız sayısı otel fiyatını pozitif etkilerken, ulaşım uzaklık fiyatları negatif etkilediği bulgusu elde edilmiştir. Agmapisarn (2014) ise Bangkok'da sezonun yüksek olduğu zamanlarda büyük oda, merkeze olan uzaklık, restoran, zincir otelleri oda fiyatlarını etkilerken, sezonun düşük olduğu zamanlarda otelin yaşı, merkeze olan uzaklık, restoran ve zincir otel oda fiyatlarını etkilemektedir.

Schamel (2012), İtalya-Balzona için yaptıkları çalışmada yıldız sayısı, müşteri puanlaması hem hafta içi hem de hafta sonu fiyatlarını olumlu etkilerken, şehre uzaklı ve erken rezervasyon, internet, oda servisinin ise otel fiyatlarını olumsuz etkilediğini bulmuşlardır. Kefela (2014) İsveç-Stockholm için hafta içi otel fiyatlarını etkileyen değişkenler kahvaltı, zincir otel, şehre olan uzaklık, iptal edebilme seçeneği, 24 saat oda hizmeti, oda büyüklüğü, otelin büyüklüğü ve yıldız sayısıdır. Hafta sonunda ise kahvaltı, şehre olan uzaklık, iptal edebilme seçeneği, oda büyüklüğü, otelin büyüklüğü ve yıldız sayıları oda fiyatlarını etkilemektedir. Şehre olan uzaklık ve otelin büyüklüğü ise oda fiyatlarına negatif etkilemektedir. Sánchez -Ollero1, García-Pozo1ve Marchante-Meral (2014)'in İspanya/Andalusia için yaptıkları çalışmada çevresel etkenler, kalite sertifika sayısı, çevresel sertifika sayısı, otelin kıyıda bulunması, eğlence aktiviteleri, yüzme havuzunun otelin fiyatlarını pozitif, otelin kıyıdan uzak yerlerde bulunması ise negatif etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Soler ve Gémarr (2017) ise İspanya/Seville'de yıldız sayısı ile fiyatlar arasında pozitif ilişki olduğu ve otel merkezden uzaklaştıkça fiyatları azalttığı bulunmuştur.

Paschalis ve Ioanna (2017)'in Yunanistan/Thessaly için yaptıkları çalışmada ise genel manzara, yüzme havuzu, kahvaltı, alt yapı, şömine, yıldız sayısı, oda sayısı ve müşteri değerlendirmeleri fiyatları pozitif etkilediği bulunmuştur. Buiga, Stegerean, Chiş ve Lazăr (2017) ise Romanya'da oda sayısı, yıldız sayısı, işletmenin tipi, bisiklet/ATV, kahvaltı ve konaklama işletmelerinin çevresindeki faktörler fiyatları pozitif etkilerken, yıldız sayısı en etkili değişken bulunmuştur. Pawlicz ve Napierala (2017)'nin Polonya /Warsaw için yaptıkları çalışmada ise oda fiyatlarının belirlenmesindeki en önemli değişkenin yıldız sayısı olduğu (pozitif ilişkili), otelin büyüklüğünün fiyatları pozitif etkilediği ve şehir merkezinden uzaklaştıkça fiyatların azaldığı bulunmuştur.

Özetlemek gerekirse konaklama işletmelerinde otel oda fiyatlarının belirlenmesinin hedenik fiyatlama modeli yoluyla analiz edildiği çalışmalarda yıldız sayısının, merkeze olan uzaklığın ve deniz kenarına olan uzaklığın önemli değişkenler arasında olduğu ileri sürülmektedir. Otelin yıldız sayısı ve deniz kenarına yakınlığı fiyatları olumlu etkilerden, otelin merkeze uzaklığı ise fiyatları olumsuz etkilemektedir. Otel oda fiyatlarını etkileyen diğer değişkenler ise otelin büyüklüğü, otelin yaşı, otelin türü, hangi sezon olduğu, hafta içi-hafta sonu olması, oda hizmetleri, yüzme havuzu ve eğlence faaliyetleridir.

3. TÜRKİYE VE ANTALYA'DA OTEL FİYATLARININ BELİRLENMESİ

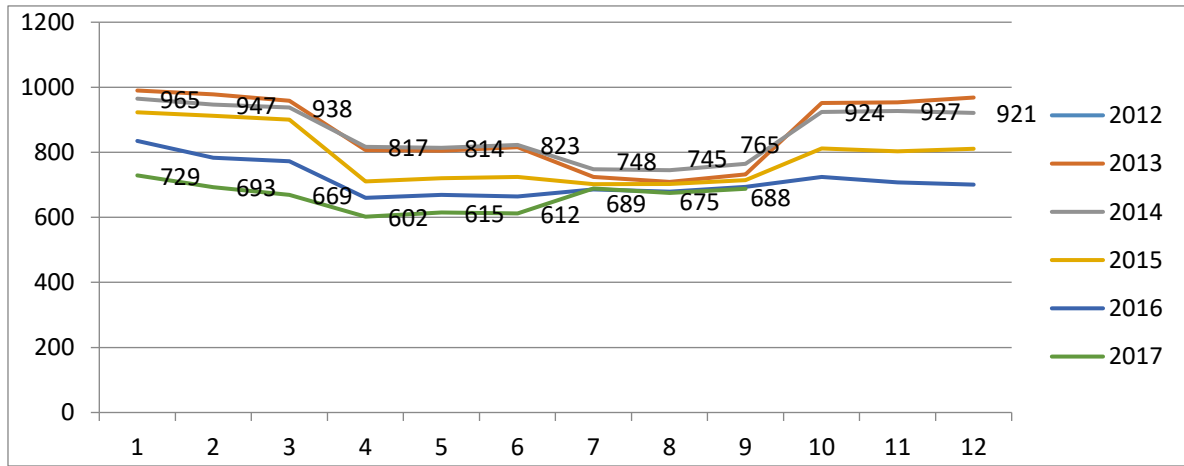
Bu bölümde önce kısaca Türkiye ve Antalya'da konaklama sektöründe gelen turist başına ortalama harcama miktarı, konaklama arz kapasitesi ve doluluk oranları, daha sonra ise konaklama tesislerinde otel oda fiyatlarının belirlenmesi yönelik olarak yapılan ampirik çalışmalara yer verilmektedir.

Özellikle Antalya ölçeğinde yapılan her şey dahil sistemine yönelik ampirik çalışmalar da ele alınmaktadır.

3.1. Türkiye ve Antalya’da Konaklama Tesislerinin Arz Kapasitesi ve Doluluk Oranları

Türkiye, 2016 yılı itibarıyla dünyada en çok turist alan ülke sıralamasında 6. sırada olmasına karşın, dünyada en çok turizm geliri elde eden ilk 10 ülke sıralamasının dışında kalmaktadır. Yabancı turistlerin kişi başı ortalama harcaması 2004-2016 döneminde dalgalanmalar göstermekle birlikte 779 dolardan 633 dolara düşmüştür (Tablo 1). Yani zaman içinde gelen turist sayısı artmakla birlikte kişi başı ortalama turizm geliri azalmaktadır. Türkiye’de 2005-2016 döneminde konaklama tesislerinin yıllık ortalama doluluk oranları yaklaşık olarak %52’dir. Bu doluluk oranının yaklaşık olarak %75’i yabancı turistlere aittir. Yani konaklama tesislerinin gelir, maliyet ve karlılıkları büyük ölçüde gelen yabancı turistlerle doğrudan ilişkilidir. Diğer yandan konaklama işletmelerine gelen yabancı turistlerin ortalama kalış süresi ise yaklaşık 4.2 gündür. Turistlerin yaklaşık %64’ü gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetleri ve %5.5’i konferans, toplantı gibi iş amaçlı faaliyetler nedeniyle Türkiye’ye gelmektedir.

Tablo 1: Türkiye’ye Gelen Turistin Kişi Başına Ortalama Harcaması



Antalya’da ise 2015 yılına kadar 12 milyonu aşan yabancı turist sayısı, 2016 yılında 6.2 milyona gerilemiş, 1 Ocak-11 Eylül 2017’de ise 8.1 milyonu aşmıştır. Turist sayısındaki artışa karşın fiyatlarda 2016 yılındaki olumsuz etkileri nedeniyle 2017 yılı fiyatlarında ciddi düşüş kaydedildi. Sektör, yoğun geçen yaz dönemi ardından önümüzdeki yıldan itibaren turist sayılarında olduğu gibi fiyatlar konusunda da 2014-15 yılları düzeyine yükselmesi beklenmektedir. Antalya’ya gelen turistlerin ülkelere göre dağılımına baktığımızda yaklaşık %30’u Almanya, %26’sı Rusya Federasyonu, %4.6’sı Hollanda %4.2’si İngiltere, %3,1’i İsveç ve %2.9’u Ukrayna vatandaşıdır. Dolayısıyla gelen turistlerin yaklaşık %70’i coğrafi olarak soğuk iklim şartlarına sahip Kuzey Avrupa ve Rusya’dan gelmektedir.

Antalya’nın konaklama arz kapasitesine bakıldığında 2015 itibarıyla 735 işletme belgeli tesislerde 187,235 oda ve 403, 744 yatak, 157 yatırım belgeli tesislerde ise 39,217 oda, 86,285 yatak olmak üzere toplamda 226,452 oda ve 490,026 yatak bulunmaktadır (Tablo 2). Antalya’da 5 yıldızlı otel ve tatil köyleri toplam yatak sayısının %70’ini ve buna 4 yıldızlı otel ve tatil köyleri de eklenirse toplam yatak sayısının %90’nın arz etmektedir. Bu oteller genel olarak her şey dahil sistemini uygulamaktadır.

Tesis Türü ve Sınıfı	İşletme Belgeli Tesisler			Yatırım Belgeli Tesisler		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
5* Tatil Köyü	45	17,928	40,057	2	288	665
4* Tatil Köyü	2	552	1,140	2	684	1,616
5* Otel	269	106,058	229,249	69	25,698	56,946
4* Otel	194	44,604	94,928	42	9,947	21,653
3* Otel	103	9,414	19,429	20	1,661	3,499
2* Otel	40	1,514	3,053	8	410	810
1* Otel	10	679	1,373	10	416	838
Pansiyon	7	117	243	0	0	0
Kamping	2	472	1,332	0	0	0
Müstakil Apart Otel	39	2,416	5,490	0	0	0
Özel Konak. Tesisi	18	1,112	2,398	0	0	0
Butik Otel	3	74	148	4	113	258
Turizm Kompleksi	3	2,295	4,904	0	0	0
Toplam	735	187,235	403,744	157	39,217	86,285
Kaynak: ATSO, Rakamlarla Antalya Ekonomisi, s. 38						

Antalya’da konaklama arz kapasitesi karşısında konaklama tesislerinde ortalama doluluk oranı yabancı turistlerde yaklaşık %52 oranındadır (Tablo 3). Yerlilerde dikkate alındığında doluluk oranı yaklaşık olarak %60’a çıkmaktadır. Yabancıların ortalama gün olarak kalış süresi ise 5.5 gündür. Dolayısıyla Antalya’da konaklama tesislerinin gelirlerini belirleyen temel unsur yabancı turistlerin sayısı ve otel oda fiyatlarıdır.

Tesis Türü ve Sınıfı	Doluluk Oranları (%)			Ortalama Kalış Süreleri (gün)		
	Yerli	Yabancı	Toplam	Yerli	Yabancı	Toplam
5* Otel	8,69	50,87	59,56	2,9	5,4	4,8
4* Otel	4,89	56,44	61,34	2,6	5,8	5,3
3* Otel	9,02	50,03	59,05	2,2	3,9	3,4
2* Otel	12,76	21,53	34,29	1,6	5,3	2,9
1* Otel	3,37	25,66	29,03	2,8	5,6	5,0

Otel Toplam	7,79	51,85	59,64	2,8	5,4	4,8
Motel	19,60	6,39	25,99	2,2	1,90	2,1
Pansiyonlar	6,01	0,84	6,85	2,5	2,2	2,5
Tatil Köyü	6,29	59,75	66,04	3,1	6,1	5,1
Kamping	19,59	5,65	25,24	2,2	2,7	2,3
Golf Tesisi	4,85	71,00	75,85	1,1	1,5	1,5
Turizm Kompleksi	14,17	37,17	51,34	2,3	5,5	4,0
Özel Tesis	6,57	23,30	29,87	2,6	4,8	4,1
Butik Otel	13,84	20,59	34,43	2,1	3,3	2,6
Apart Otel	4,10	32,60	36,70	2,7	6,2	5,4
Genel Toplam	7,69	51,86	59,55	2,8	5,5	4,9
Kaynak: ATSO, Rakamlarla Antalya Ekonomisi, s. 43						

3.2. Türkiye ve Antalya’da Otel Fiyatlarının Belirlenmesi

Bu bölümde Türkiye ve Antalya özelinde otellerin fiyatlama stratejileriyle ilgili çalışmalar incelenecektir. Özellikle Antalya’da otel ve konaklama tesislerinin uyguladıkları her şey dahil sistemi üzerine yapılan çalışmalar ele alınacaktır.

Menekşe (2005)’nin Marmaris için her şey dahil sisteminin ülkemiz turizmindeki rolünün ve öneminin, olumlu ve olumsuz yönlerinin yöneticilerin bakış açısıyla tespit edilmesine yönelik çalışmada HDS’nin doluluk oranını ve karlılığı olumlu etkilediği fakat ülke ekonomisine zarar verdiği saptanmıştır. Çalışmada HDS’nin yöre esnafını, otel personelini, hizmet kalitesini, yiyecek içecek kalitesi ve hijyeni, ülke imajını olumsuz etkilediği yönünde bulgular elde edilmiştir. Ayrıca otel yöneticilerine göre etkili yöntemin HDS değil yarı pansiyon sistemi olduğu tespit edilmiştir.

Süklüm (2006)’ün Bodrum için yaptığı Türkiye’de uygulanan her şey dahil sisteminin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin araştırıldığı çalışmada otelin özellikleri ile müşteri memnuniyeti pozitif ilişkili olduğu, gelir arttıkça ödeme isteğinin arttığı ve konaklama süresi arttıkça otel dışındaki faaliyetlere katılımının arttığı saptanmıştır. Ayrıca çalışmada otelde kalma süreleri müşterinin yaşı ve geliri ile olumlu, çocuk sayısı ve eğitimi ile negatif ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Acar ve Süklüm (2016)’in 330 konaklama işletmelerinde HDS’ nin müşteri karlılık analizi çalışmada, HDS’inde seyahat acentesi ve tur operatörleri ile gelen müşteri grubunun ilk bahar ve son bahar dışında otellerin kar ettirdiği ve kapı müşterisinin ilk bahar haricinde kar ettirdiği ve toplantı grubu müşterileri ise ilk bahar ve son baharda otelleri zarar ettirdikleri saptanmıştır. Sonuçta çalışmada karlılığın, otel işletmelerinin müşteri gruplarına göre farklılık arz ettiği ve turizm sezonunun bazı aylarında karlı oldukları bazı aylarında ise kar etmedikleri gösterilmektedir. Ayrıca otelin müşterilerinin genel olarak otelin sunduğu yiyecek- içecek hizmeti, personelin sunduğu hizmet, konaklama hizmeti, otelin fiziksel görünümü ve eğlence- animasyon hizmetlerine önem verdikleri görülmektedir.

Coşar (2008)’in İzmir’de 23 otel için otel işletmeleri yöneticilerinin piyasa ve rekabete verdikleri önemi analiz eden çalışmalarında otellerin maliyetleri düşürdükçe ürün ve hizmet kalitesini önemseydiği, rakip ve piyasa unsurlarının maliyeti düşürmede ve pazar payını arttırmada etkili olduğu saptanmıştır. Ayrıca otelin büyüklüğü ile hizmet kalitesi arasında anlamlı bir ilişki yokken, maliyet, rakip ve pazar unsurları ile arasında anlamlı bir fark olduğu bulunmuştur

Falalieiev (2014)'in Kuzey Kıbrıs'ta fiyat stratejilerini araştırdığı ve fiyatlandırma kararını etkileyen faktörleri ve stratejileri analiz ettiği çalışmasında yöneticilere göre otellerin fiyat stratejilerini etkileyen en önemli değişkenler sırasıyla maliyet bazlı strateji, talep bazlı strateji ve gelir yönetimi olduğu saptanmıştır. Dışsal faktörlerden en çok sezon etkisi, otelin bulunduğu konum, talep dalgalanmaları ve oteller arası rekabet ve içsel faktörlerden ise hizmet kalitesi fiyat stratejisini etkilediği bulgusu elde edilmiştir. Çalışmanın bir diğer bulgusu ise doluluk oranı, otelin finansal durumun fiyatların belirlenmesinde etkili faktörler olduğudur. Ayrıca, çalışmada müşteriye özgü indirimler ve otel yorumlarının otel tercihinde önemli olduğu saptanmıştır.

Özdil ve Çoban (2017) ise Kapadokya'da 49 butik otel fiyatlarını etkileyen faktörler ve fiyat stratejileri araştırılmıştır. Çalışmada bölgenin coğrafi yapısı, doğal özgünlüğü, müşterilerin istikrarlı bir fiyat tercih etmesi, müşterilerin fiyat düşüşünü kalitede düşüş olarak özdeşleştirilmesi, müşteri talebi, kurdaki değişimler, milli bayramlar otel fiyatlarını belirlemede etkili faktörler olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan çalışmada maliyetler ve talepteki değişimler, rakiplerin fiyat indirimi, yabancı turist oranının azalması, bölgedeki etkinliklerin yoğunluğu, siyasi ve ekonomik belirsizleri de otel fiyatlarını etkilemektedir. Ayrıca çalışmada, butik otel fiyatları nispi olarak daha az değişme gösterdiği bulgusu sunulmaktadır.

Karahan, Durmaz, Aksu ve Durur (2016)'in Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin fiyat stratejisini belirleyen faktörleri analiz ettikleri çalışmasında, fiyat stratejisini etkileyen en önemli değişkenin maliyet kalemleri ve en az önemli olan değişkenin ise acenteler olduğu saptanmıştır.

Işık ve Bilici (2016)'nin Erzurum'da 20 otel için yaptığı *hedonik fiyat modelinde* otel fiyatını en çok etkileyen faktörler sırasıyla zincir otel, konferans salonu, banyo, kahvaltı, oda büyüklüğü, bar, restoran, gece kulübü, spor salonu, wifi olduğu saptanmıştır. Çalışmada merkezden uzakta olma ve kayak imkanlarının bulunmaması ise oda fiyatlarını negatif etkilemektedir. Ayrıca çalışmada kayak olması, otelin zincir olması, konumu ve kahvaltı otel fiyatlarını olumlu etkilemektedir.

Antalya ölçeğinde yapılan çalışmalar ise genel olarak her şey dahil sistemine yönelik ampirik çalışmaları kapsamaktadır (Tablo 4). Üner, Sökmen ve Birkan (2006)'nin, Antalya Bölgesinde faaliyet gösteren 111 otel işletmelerinde HDS'i ve bu sistemden duyduğu memnuniyet düzeylerinin belirlemek amacıyla yaptıkları anket çalışmasında HDS 'nin rekabet gücünü, doluluk oranını, ortalama oda fiyatını, personel sayısını arttırdığı tespit edilmiştir. Çalışmanın bir diğer bulgusu ise HDS'ni uygulayan otellerin memnuniyet düzeylerinin müşteri profiline göre değişme göstermediğidir. Çalışmanın önemli sonuçlarından birisi de HDS' nin otellerce tercih edilmesinin en önemli nedenlerinin piyasa baskısı ve piyasaya ayak uydurmak olduğu bulunmuştur

Üner, Sökmen ve Güler (2007)'in Antalya Bölgesinde faaliyet gösteren ve her şey dahil sistemi uygulayan 121 otel (3,4 ve yıldızlı) işletmeler arasında ne tür farkların olduğunu göstermeyi amaçlayan çalışmalarında klasik ve ultra-klasik HDS en çok kullanılan sistem olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada HDS türleri su sporları, tüm ithal alkollü içecekler, tüm kara sporları, sınırlı mini bar, çocuk kulübü, emanet kasa, gece kulübü, mini golf, tüm salon sporları, buhar odası, sınırlı oda servisi, bilgilendirme, sağlık, A'la Carte Restoran ve spor salonu hizmetleri bakımından farklılaştığı bulgusu sunulmuştur. .

Çevirgen ve Üngüren (2009)'in Alanya'da faaliyet gösteren 283 otel üzerinde yapılan anket çalışmasında yöre esnafının HDS'ne karşı tutumlarının belirlenme analiz edilmiştir. Çalışmaya göre HDS, yöre esnafını olumsuz etkileyerek, karlılıklarını, satışlarını, müşteri ve çalışan sayılarını düşürdüğü ve çevre-hizmet kalitesini bölge ve ülke turizmini olumsuz etkilediğini saptamıştır. Ayrıca Aktaş, Özdemir, Tarcan ve Atılğan (2002)'nin Türkiye genelinde HDS'ni analiz eden çalışmalarında HDS'nin hem bölge esnafını olumsuz etkiledikleri hem de turistleri konaklama işletmelerinde aşırı israfa yol açtığını saptamaktadır. Yaylı ve Yayla (2012)'nin Antalya'da turistlerin her şey dahil sistemi kabul etme nedenlerinin belirlenmesine yönelik 387 turistle yapılan anket çalışmasında HDS'nin tercih edilmesinde önemli faktörlerin yenilikler, fiyatlar ve seyahatin özellikleri olduğu tespit edilmiştir.

Çakıcı ve Çetinsöz (2010)'ün Antalya, İstanbul, İzmir, Balıkesir, Muğla, Aydın, Çanakkale, Afyon, Ankara, Bursa, Nevşehir şehirlerini kapsayan çalışmalarında 172 otel işletmelerinde uygulanan HDS'nin satın alma politikasına yansımaları anket yoluyla analiz edilmiştir. Çalışmaya göre, HDS uygulayan otellerde satın alma faaliyetlerine saygınlığa, satış sonrası hizmetlere, tanınırlığa, fiyat politikasına önem verdikleri tespit edilmiştir. Diğer yandan HDS uygulayan otellerin uygulamayanlara göre fiyat politikasına daha fazla önem verdiği saptanmıştır.

Polat ve Gürbüz (2015), Antalya/Kapadokya için konaklama işletmelerinin fiyatlandırma davranışlarına yönelik çalışmasında Antalya'daki konaklama işletmelerinin yüksek rekabet ortamında bulunduğu ve fiyatları yöreselden ziyade sektöre göre ayarladıkları tespit edilmiştir. Diğer yandan çalışmada, Kapadokya'daki işletmelerin ise daha az rekabet ortamında bulunduğu ve fiyatları da çevredeki konaklama işletmelerine göre ayarlandığı ileri sürülmüştür.

Özdemir (2010) ise Antalya, Muratpaşa, Kundu, Konyaaltı, Kemer, Belek, Side ve Manavgat'ta faaliyet gösteren 60 tane 5 yıldızlı otel ve tatil köyleri için HDS'nin tercih edilme nedenlerini ile maliyet ve karlılık üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, HDS tercih edilmesinin en önemli nedeni önem sırasına göre piyasadan gelen müşteri talep baskısı, doluluk oranını artırması ve tur operatörleri ve seyahat acentelerin baskısı olarak tespit edilmiştir. Çalışmada HDS'nin tercih edilmesi sebepleri arasında maliyetleri düşürmeye ne uygun sistem olması ve otel için en ekonomik sistem olması en düşük değerlendirmeyi almıştır. Oteller en fazla ultra-HDS'ni tercih ettikleri tespit edilmiştir. Çalışmada, HDS'nin maliyetleriyle ilgili bulgular ise, geçirilen süre ve doluluk oranıyla bağlantılı olarak önem sırasına göre israfın artması, bakım ve onarım maliyetlerinin artması, amortisman maliyetlerinin artması ve enerji maliyetlerinin artması önemli faktörler olarak bulunmuştur. Çalışmanın bir diğer bulgusu ise konaklama işletmelerinin uyguladıkları HDS türleri ile maliyetler arasında farklılık olduğu ve Ultra-HDS'nin diğerlerine göre daha maliyetli olduğu saptanmıştır. HDS uygulama süreleri ile maliyeti arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada, daha uzun süredir sistemi uygulayan işletmelerin maliyet ve karlılık açısından daha fazla avantaja sahip olduklarını ortaya konulmuştur.

Özdemir'in yaptığı çalışmada, HDS'ini uygulayan otellerin %80'i HDS'nin, rekabetin karları olumsuz etkilediğini, %85'i doluluk oranındaki artışın karları olumlu etkilediğini, %53 karlılığı yükselttiğini, %68'i doluluk oranı ile karlılığın aynı oranda artmadığını, %57'si turizm sezonunun uzadığını ayrıca tur operatörleri ve acentelerce yapılan antlaşmalara bağlı olarak aldıkları ön ödemeler ile mali yapılarının güçlendiğini belirtmişlerdir. Çalışmaya göre (kararsızlar dikkate alınmaz ise) HDS'nin karlı olduğunu ve karlılık düzeylerini arttırdığını söyleyen işletmelerin oranı ise, sadece %53,4'tür. Çalışmanın bir diğer sonucu ise artan rekabetin oda fiyatlarında eskiye göre fiyat artırımını zorlaştırdığı yönündedir. Sonuçta çalışmaya göre (yaklaşık %20 kararsızlar dikkate alınmadığında) HDS'nin karlı olduğunu ve karlılık düzeylerini arttırdığını söyleyen işletmelerin oranı ise, sadece %53,4'tür. Diğer yandan işletmelerin türleri ile karlılık arasında anlamlı bir fark bulunmazken, HDS türleri ile karlılık arasında anlamlı bir fark bulunmuş ve Ultra HDS'nin diğerlerine göre daha karlı olduğu bulunmuştur.

Üngüren, Algür ve Doğan (2015, s.110-111)'nin Antalya bölgesinde (Merkez ve Belek'te) faaliyette bulunan beş yıldızlı konaklama işletmeleri ile A grubu seyahat acentelerinin bölüm yöneticilerinin her şey dahil sisteme yönelik tutumlarını inceleyen çalışmalarında, yöneticilerin büyük çoğunluğunun HDS'nin doluluk oranını arttırdığı, kalitesiz imajı oluşturması nedeniyle zengin turisti ülkemizden uzaklaştırdığı, turist kalitesini düşürdüğü, israfı artırarak hizmet kalitesini düşürdüğü, çevre ve kültür turlarına katılımının olmadığı ve alış-verip yapmadıkları bulgusu sunulmaktadır. Çalışmada HDS'nin ulusal ekonomiye olumlu katkısının olmadığı, işletmelerde 24 saat süreyle uygulanmaması gerektiği ve personelin kendini geliştirmesini engellediği saptanmıştır. Ayrıca çalışmada HDS'nin düşük bütçeli ve çocuklu ailelere uygun olduğu ileri sürülmektedir. Sonuçta çalışmada, HDS'nin otellerin doluluk oranlarını arttırmasına rağmen, turistleri aşırı tüketime yola açarak karlılık ve hizmet kalitesini düşürdüğü ileri sürülmektedir.

Yalçın (2016)'ın tüm Antalya tatil bölgelerinde 1444 konaklama işletmesinde otel fiyatlarının belirlenmesine yönelik mekansal hedonik fiyat modeliyle işletmelerinin tüm özellikleri, türleri,

sınıfları, çevresel koşullar, mekansal (uzaklık, kum tipi gibi) özellikleri dikkate alınarak yaptığı çalışmada normal modelde HDS, açık havuz, golf sahası, özel plajı, denize yakınlık, kaba kum, her şey dahil tatil ve kıyı otelleri, yıldız sayısı, otelin büyüklüğü, zincir otel fiyatları olumlu etkilediği saptanmıştır. Çalışmada mekansal ağırlandırılmış modelde ise, HDS, açık havuz, zincir otel, özel plaj, otelin büyüklüğü, yıldız sayısı, denize yakınlık, ince kum, konaklama fiyatlarını olumlu etkileyen faktörler olarak bulunmuştur. Çalışmaya göre, HDS olan tesislerin oda fiyatları, oda-kahvaltı tesislerine göre yaklaşık %20 daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın en önemli sonuçlarından birisi ise, işletmelerinin fiyatlarındaki değişimlerde komşu fiyatlarındaki değişimlere olan duyarlılığı saptamış olmasıdır. Buna göre komşu otellerin oda fiyatlarındaki %1’lik bir artış, işletmenin fiyatlarını %0.24 arttırmaktadır.

Tablo 4: Antalya’da Her Şey Dahil Sistemi Üzerine Yapılan Çalışmalar

Araştırmacılar ve Çalışma Alanı	Bağımsız Değişkenler	Yöntem	Çalışmanın Sonuçları
Üner, Sökmen ve Birkan (2006) Antalya	Doluluk oranları, oda fiyatları, karlılık, otelin mimarisi, müşteri profili	Anket 111 otel	HDS rekabet gücünü, doluluk oranını, ortalama oda fiyatını, personel sayısını arttırdığı fakat müşteri profilinin ise etkisiz olduğu saptanmıştır. *HDS’nin otellerce tercih edilmesinin en önemli nedenleri piyasa baskısı ve piyasaya ayak uydurmaktır.
Üner, Sökmen ve Güler (2007) Antalya	otellerin tüm özellikleri	Anket 121 otel	Klasik ve Ultra-klasik HDS en çok kullanılan sistem olduğu bulunmuştur. Bu sistemler su sporları, tüm ithal alkollü içecekler, tüm kara sporları, sınırlı mini bar, çocuk kulübü, emanet kasa, gece kulübü, mini golf, tüm salon sporları, buhar odası, sınırlı oda servisi, bilgilendirme, sağlık, A’la Carte Restoran ve spor salonu hizmetleri bakımından farklılaşmaktadır.
Çevirgen ve Üngüren (2009) Alanya	Çevre-hizmet kalitesine, yöre esnafının karlılığına, satışlarına, bölge ve ülke ekonomisine, konaklama işletmelerine etkisi	Anket 280 otel	HDS’nin yöre esnafı olumsuz etkileyerek, karlılıklarını, satışlarını, müşteri ve çalışan sayılarını düşürdüğü ve çevre-hizmet kalitesini bölge ve ülke turizmini olumsuz etkilediğini saptamıştır.
Çakıcı ve Çetinsöz (2010) Antalya İstanbul İzmir Balıkesir Muğla Aydın Çanakkale Afyon Ankara Bursa Nevşehir	Saygınlık, satış sonrası hizmetler, tanınırlılık, fiyat politikası ve sırdışıklık	Anket/172	•HDS uygulayan otellerde satın alma faaliyetlerine saygınlığa, satış sonrası hizmetlere, tanınırlığa, fiyat politikasına önem verdikleri tespit edilmiştir. •HDS uygulayan otellerin uygulamayanlara göre fiyat politikasına daha fazla önem verdiği saptanmıştır.
Özdemir (2010) Antalya Kundu Konyaaltı Kemer Belek Side Manavgat	5 yıldızlı otel ve tatil köyleri HDS türleri , faaliyet süreleri	Anket /60	• HDS tercih edilmesinin en önemli nedeni piyasadandan gelen müşteri talep baskısıdır. •HDS türleri ile maliyetler ve işletmelerin türleri (otel/tatil köyü) ile maliyetleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Ultra HDS, diğerlerine göre daha maliyetli bulunmuştur. •HDS türleri ile karlılık arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Ultra HDS, diğerlerine göre daha karlı ve uzun süreli HDS uygulayanların daha fazla karlı olduğu tespit edilmiştir.
Yaylı ve Yayla (2012) Antalya	Fiyat, destinasyon özellikleri, seyahatin ve otelin özellikleri yenilikler, tatil programları, ulaşım, iklim-çevre koşulları	Anket/387 turist	HDS tercih edilmesinde en önemli faktörlerin yenilikler, fiyatlar ve seyahatin özellikleri olduğu tespit edilmiştir.

Polat ve Gürbüz (2015) Antalya/Kapadokya	*fiyatlar ile piyasa rekabeti arasındaki ilişki ile *fiyatların dünya piyasası mı yoksa yurtiçi piyasalar tarafından mı belirlendiği araştırılmıştır.	Anket	*Antalya'daki konaklama işletmelerinin yüksek rekabet ortamında bulunduğu ve fiyatları yöreselden ziyade sektöre göre ayarladıkları tespit edilmiştir *Kapadokya'daki işletmelerin ise daha az rekabet ortamında bulunduğu ve fiyatları da çevredeki konaklama işletmelerine göre ayarlandığı sonucuna çıkmıştır.
Üngüren, Algür ve Doğan (2015) Antalya Bölgesi	Yöneticilerin HDS yönelik tutumları	Anket	*doluluğu artırıyor, düşük bütçeli aileler tercih ediyor, zengin müşteriyi uzaklaştırıyor *ulusal ekonomiye katkısı düşük, 24 saat uygulanmamalı * aşırı tüketimi teşvik ediyor karlılığı ve hizmet kalitesini düşürüyor
Yalçın (2016) Antalya Bölgesi	Konaklama işletmelerinin tüm özellikleri, türleri, sınıfları, çevresel koşullar, mekansal (uzaklık, kum tipi gibi) özellikler	Booking.com 1444 otel/ Mekansal hedonik fiyat modeli	•normal modelde HDS, açık havuz, golf sahası, özel plajı, denize yakınlık, kaba kum, her şey dahil tatil ve kıyı otelleri, yıldız sayısı, otelin büyüklüğü, zincir otel fiyatları olumlu etkilemektedir. • mekansal ağırlandırılmış modelde, HDS, açık havuz, zincir otel, özel plaj, otelin büyüklüğü, yıldız sayısı, denize yakınlık, ince kum, konaklama fiyatlarını olumlu etkilemektedir. •HDS olan tesislerin oda fiyatları, oda-kahvaltı tesislerine göre yaklaşık %20 daha fazladır • komşu otellerin oda fiyatlarındaki %1'lik bir artış, işletmenin fiyatlarını %0.24 arttırmaktadır.

SONUÇ

Son yıllarda konaklama tesislerinde otel oda fiyatlarının belirlenmesine yönelik çalışmalarda hedonik fiyatlama modelleri sıkça kullanılmaktadır. Oysa dünyadaki bu gidişat karşısında Türkiye'de otel oda fiyatlarını hedonik fiyat modeliyle analiz eden çalışmalar yok denecek kadar azdır. Diğer yandan son dönemde Türkiye'de turist başına ortalama harcamaların düştüğü dikkate alındığında yeni fiyat stratejilerinin belirlenmesinde hedonik fiyatlama analizine ihtiyaç olduğu açıktır. Özellikle Antalya'da otellerin uyguladığı her şey dahil sisteminin yaygınlığı düşünüldüğünde karlılığı artıracak stratejilerin belirlenmesinde farklı analiz tekniklerinin kullanılmasına ihtiyaç vardır.

Dünyada konaklama işletmelerinde hedonik fiyatlama modeliyle yapılan çalışmalarda otel oda fiyatlarını etkileyen temel değişkenlerin otelin yıldız sayısı, merkeze olan uzaklığı ve deniz kenarına olan uzaklığı olduğu ileri sürülmektedir. Ayrıca otelin büyüklüğü, otelin yaşı, otelin türü, hangi sezon olduğu, hafta içi-hafta sonu olması, oda hizmetleri, yüzme havuzu ve eğlence faaliyetlerin de otel oda fiyatlarını etkileyen önemli değişkenler olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda otellerin fiyat stratejilerini belirlerken ampirik literatürün sağladığı bulguları göre hareket etmesi karlılık, rekabet ve sürdürülebilirlik açısından büyük önem arz etmektedir.

Antalya'da sınırlı sayıda da olsa, otellerin büyük bir kısmının uyguladığı her şey dahil sistemin yararlılığı/karlılığı/tercih edilme nedenleri üzerine yapılan çalışmalarda benzer ve birbirini destekler nitelikte bulgular sunulmuştur. HDS'nin tercih edilmesindeki en önemli faktörlerin piyasa ve rekabet baskısı, doluluk oranını artırması ve tur operatörleri ve seyahat acentelerinin baskısı olduğu saptanmıştır. Diğer yandan çalışmalar, HDS'nin genel olarak otellerin karlarını olumlu etkilediğini, rekabetin otel karlarını olumsuz etkilediği, doluluk oranının ise karları olumlu etkilediğini ortaya koymaktadır. Çalışmalar, HDS'nin otellerin maliyetlerini ve israfı arttırdığını, yöre ekonomisini olumsuz etkilediğini ve hizmet kalitesini düşürdüğünü ileri sürmektedir.

Antalya'da HDS üzerinde yapılan sınırlı sayıdaki çalışmaların da zımnen gösterdiği gibi HDS, bir ölçüde piyasanın dayattığı ucuz bir fiyat stratejisine dayanmaktadır. Dünyada ve bölgede artan rekabetçi koşullarının varlığı, durgunlaşan talep, müşteri tercihlerindeki çeşitlilik dikkate alındığında HDS'nin sürdürülebilirliği tartışmalı bir konudur. Diğer Yunanistan, İspanya, İtalya gibi rakip ülkelerin HDS'inden vazgeçtikleri ve katma değeri yüksek turistik ürünlere yöneldiği günümüzde,

fiyatı (ve kaliteyi) düşürmeye dayalı bir strateji tartışılması gereken bir konudur. Bugün Antalya’da konaklama tesisleriyle ilgili temel sorun ise fiyatlar, karlılık ve maliyetler (çevre dahil) açısından HDS’nin sürdürülebilir bir sistem olup/olmadığıdır. Ayrıca her ne kadar yapılan çalışmalarda anket sonuçları HDS’nin karlı olduğu gösterse bile, anketlerin otel yöneticileriyle yapıldığından hareketle karlılık, fiyat ve maliyetler üzerinde gerçek verilere dayanmayan, şeffaflıktan uzak, inisiyatife bağlı tutumlar ve her şeyden önemlisi de veri toplamadaki güçlükler dikkate alındığında sektörde ciddi bilgi paylaşımı problemleri yaşanmaktadır.

Sonuç olarak konaklama tesislerinin katma değeri ve karlılığı yüksek bir sektör haline gelmesi, doğru fiyat stratejilerinin uygulanması sektörlerle ilgili tüm veri kaynaklarının etkin kullanılmasını ve hedonik fiyatlama gibi farklı analizlerin/tekniklerin kullanılmasını gerektirmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, D. ve Süklüm, N. (2016). Konaklama işletmelerinde her şey dahil sisteminin müşteri karlılık analizi açısından değerlendirilmesi, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 71, 1-21.
- Agmapisarn, C. (2014). A hedonic pricing analysis of hotel room rates in Bangkok, *ABAC Journal*, 34(2), 1-17.
- AKTAŞ, A., Özdemir, B., Tarcan, E. ve Atılgan, E., Türkiye Genelinde Her Şey Dahil Uygulamasının Turistler, İşletme Yöneticileri ve Yöre Esnafı Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma, Akdeniz Ülkeleri Turizm Kongresi, Antalya, 2002.
- Andersson, D. E. (2010). Hotel attributes and hedonic prices: an analysis of internet-based transactions in Singapore’s market for hotel rooms, *The Annals of Regional Science*, 44(2), 229-240.
- Antalya Ticaret ve Sanayi Odası (2015), Rakamlarla Antalya Ekonomisi, ATSO yayın.
- Avner, A. ve Abraham, P. (1977). Some determinants of urban hotel location: The tourists’ inclinations, *Journal of Travel Research*, 15(3), 18-22.
- Ben, M. ve Mark, S. (2003). Hedonic pricing and willingness to pay for bed and breakfast amenities in Southeast Wisconsin, *Journal of Travel Research*, 42(2) 195-199.
- Buiga, A., Stegorean, R., Chiş, A. ve Lazăr D. (2017). Pricing of the tourism product: A tool for entrepreneurs to adapt to a flexible market, *Ekonomie a Management*, 20(1), 172-186.
- Ching Fu, Chen. ve R, Rothschild. (2010). An application of hedonic pricing analysis to the case of hotel rooms in Taipei, *Tourism Economics*, 16(3), 685-694.
- Collins, M., Parsa, H.G., (2006), “Pricing Strategies to Maximize Revenues in the Lodging Industry”, *Hospitality Management*, Vol.25, 91-107.
- Coşar, Y. (2008). Otel işletmelerinde rekabet üstünlüğünü etkileyen faktörler: yöneticiler üzerine bir araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 45-56.
- Çakıcı, C. A. ve Çetinsöz, B. C. (2010). Otel işletmelerinde her şey dahil sistemin satın alma politikalarına yansımaları üzerine bir araştırma, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı 2, 1-19.
- Çevirgen, A. ve Üngüren, E. (2009). Yöre esnafının her şey dahil sistemine yönelik tutumları, *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 637-658.
- Drury, C. (2008). *Management and Cost Accounting*, (7th ed.). R. R. Donnelley, China.
- Falalieiev, A. (2014). Exploration of pricing strategies in North Cyprus hotels, Master of Science in Tourism Management. Thesis (M.S.), Eastern Mediterranean University, Faculty of Tourism, 1-91.
- <http://i-rep.emu.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11129/1682/Falalieiev.pdf?sequence=1>
- Işık, C. ve Bilici, N. (2016). Otel oda fiyatlarının hedonik model ile analizi: Erzurum örneği, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(1), 305-315.
- Goldberg, S. M., Green, P. E. ve Wind, Y. (2017). Conjoint analysis of price premiums for hotel amenities, *The Journal of Business*, 57(1), 111-132.
- Karahan, M. ve Durmaz, Y. (2016). The factors affecting pricing strategies in tourism establishments a field study in Southeastern Anatolia region in Turkey, *International Journal of Management and Information Technology*, 11(2), 2738-2744.

- Kefela, M. H. (2014). Determinants of hotel room Rates in Stockholm: a hedonic pricing approach, Institution of Social Sciences, Södertörn University, Bachelor Thesis, Economics, | Spring Semester. 1-40.
- Kördiş, G. (2013), Antalya’da Konut Fiyatlarını Etkileyen Faktörler: Hedonik Yaklaşım, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Lancaster, K. J. , (1966) , "A New Approach to Consumer Theory" J.P.E. 74, 132-156
- Menekşe, R. (2005). Her şey dahil sistemin ve sistemden faydalananlar açısından etkilerinin otel yöneticilerinin gözünden değerlendirilmesi(Marmaris Örneği), *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi,1*, 97-124.
- Morris, M. H. and Morris G. (1990). *Market-oriented pricing: strategies for management*. Quorum Books.
- Ollero, J. L. S., Pozo, A. G. ve Mera, A. M. (2014). How does respect for the environment affect final prices in the hospitality sector? A hedonic pricing approach, *Cornell Hospitality Quarterly*, 55(1), 31-39.
- Özdemir, A. (2010), Her Şey Dâhil Sisteminin Konaklama İşletmelerince Tercih Edilme Nedenleri ve Ekonomik Etkileri: Antalya Örneği, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans (2010).
- Özdil, S. ve Çoban, S. (2015). Turizm sektöründe fiyatlama davranışlarının analizi: kapadokya bölgesi butik otelleri üzerine bir uygulama, *Anadolu International Conference in Economics V*, 11-13,
- Paschalis, A. ve Ioanna, A. (2017). The contribution of view to the price of tourist accommodation: a hedonic pricing model, "Cities and regions in a changing Europe: challenges and prospects", 5-7 July 2017, Panteion University, Athens, Greece.
- Pawlicz, A. ve Napierala, T. (2017). The determinants of hotel room rates: an analysis of the hotel industry in Warsaw, Poland, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(1), 571-588.
- Phillips, R.L. (2011) Fiyatlandırma ve Gelir Optimizasyonu, Çev.: A. Demiriz ve H.N. Demiriz, İstanbul: Scala Yayıncılık.
- Polat, E. ve Gürbüz, A. K. (2015). Fiyatlandırma davranışları ekseninde konaklama piyasası üzerine bir inceleme, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(34), 171-192.
- Rosen, S. , (1974), “Hedonic Prices and Implicit Markets: Product Differentiation in Pure Competition”, *The Journal of Political Economy*, Vol. 82, No. 1. (Jan.- Feb. , 1974), 34–55.
- Schamel, G. (2012). Weekend vs. midweek stays: Modelling hotel room rates in a small market, *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1113-1118.
- Sherlekar, S.E. ve Prasad, K.N. ve Victor, S.J.S. (2010), *Principles of Marketing*, Mumbai: Himalaya Publishing House.
- Soler, Í. P. ve Gémar, G. (2017). Impact of the April Fair on Seville hotel room prices: Measurement through a hedonic approach. *Tourism & Management Studies*, 13 (2), 7-12.
- Steed, E., Gu, Z., 2005. An examination of hotel room pricing methods: practised and proposed. *Journal of Revenue Pricing Management* 3 (4), 369–379.
- Süklüm, N. (2006). Türkiye’de hizmet sektöründeki turizm işletmelerinde uygulanan her şey dahil sistemin müşteri memnuniyeti üzerindeki etkisinin ölçülmesi ve bir alan araştırması, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Üner, M. M., Sökmen, A. ve Birkan, İ. (2006). Türkiye’de Her Şey Dahil Uygulamasının Konaklama İşletmeleri Üzerindeki Etkisi: Antalya Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 17(1), 35-50.
- Üner, M. M., Sökmen, A. ve Birkan, İ. (2007). Her şey dahil sisteminde farklı uygulamalar ve Antalya ölçeğinde bir araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 53-63.
- Üngüren, E , Algür, S , Doğan, H . (2015). Konaklama ve Seyahat Acentaları Yöneticilerinin Her Şey Dahil Sistemine Yönelik Tutumları: Antalya Örneği. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2009 (2), 95-112.

- Yaylı, A. ve Yayla, İ. (2012). Turistlerin her şey dahil sistemini tercih etme nedenleri, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 143-162.
- Zhang, H., Zhang, J., Lu, S., Cheng, S. ve Zhang, J. (2011). Modeling hotel room price with geographically weighted regression, *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 1036-1043.

TÜRKİYE’DE TÜKETİCİLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KONUSUNDAKİ BAKIŞ AÇILARININ GELİŞTİRİLMESİNE YÖNELİK BİR MODEL ÖNERİSİ

Bilge KASIRGA İPEK
Kastamonu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ABD
bilgekasirga@gmail.com

Doç. Dr. Kutay OKTAY
Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi
koktay@kastamonu.edu.tr

Özet

Çevresel sorunlara karşı olan duyarlılığın artması, her geçen gün hem üreticilerin hem de tüketicilerin çevre koruma konusuna karşı daha hassas olmalarına neden olmaktadır. Üreticiler doğaya daha az zarar veren ürünleri sunmaya çalışırken, tüketicilerin de bu ürünleri yükselen oranda tercih etmeye başladıkları görülmektedir. Birçok sektörü etkisi altına alan bu eğilim, turizm sektöründe de sürdürülebilir turizm anlayışı ile karşımıza çıkmaktadır. Turistik ürünleri satın alan tüketiciler, özellikle gelişmiş ülkelerde çevre dostu ürün ve hizmetleri sunan turizm işletmelerini tercih etmekte ve tüketimde bu bilinçle hareket etmektedirler. Dünya turizminde önemli bir destinasyon olan Türkiye’de de son yıllarda sürdürülebilir turizm felsefesi günden güne gelişmektedir. Ancak, sürdürülebilir turizm anlayışı ile yönetilen turizm işletmelerinin sayısındaki artış dikkatleri çekerken, özellikle iç pazar tüketicilerinin aynı hassasiyeti göstermedikleri gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda, gerçekleştirilen çalışmada Türkiye’de tüketicilerin sürdürülebilir turizm konusundaki bakış açılarının ve bilinç düzeylerinin yükseltilmesine yönelik bir model önerisi geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında Türkiye’de turizm profesyonellerine yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiş ve elde edilen veriler doğrultusunda uygulamaya yönelik bir model geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir Turizm, Eko Turizm, Tüketici Davranışı.

A MODEL PROPOSAL FOR IMPROVING THE PERSPECTIVE OF CONSUMER BEHAVIOUR OF SUSTAINABLE TOURISM IN TURKEY

Abstract

Increased sensitivity towards environmental issues makes both producers and consumers more aware of environmental protection day by day. It is evident that consumers increasingly prefer environment friendly products while producers strive to choose more such products. Affecting many business lines, this tendency is evident in tourism business in form of sustainable tourism concept. Likewise, consumers buying tourism products prefer touristic enterprises that offer environment-friendly products and services and base their consumption on this awareness, in particular in developed countries. In recent years, sustainable tourism has been developing day by day as a philosophy as well in Turkey, which is an important destination in worldwide tourism. However, while number of tourism enterprises that operate on a sustainable tourism approach is on increase, it is evident that consumers of domestic market in particular do not share this awareness. In this study, which has been developed with this perspective, the purpose is developing a model for increasing the level of awareness and point of view of Turkish consumers in relation to sustainable tourism. For this purpose, a survey has been carried out targeting tourism professionals of Turkey, and a practical model has been developed based on the data so obtained.

Key Words: Sustainable Tourism, Ecotourism, Consumer Behaviour.

1. GİRİŞ

Küreselleşme ile üretimin artması ve eş zamanlı olarak tüketimin de aynı hızla büyümesi, dünyadaki kaynaklara karşı duyarlı kitleleri bu konu hakkında düşündürerek sürdürülebilirlik kavramını geliştirmiştir. Sürdürülebilirlik çevresel, ekonomik ve sosyal konuların hepsini eş zamanlı içeren bir kavramdır.

Dünyada ilk kez Birleşmiş Milletler 1972 Uluslararası Stockholm İnsan Çevresi Konferansı'nda sürdürülebilirlik kalkınma kavramı dile getirilmiştir. O zamandan bugüne sürdürülebilirlik, ekolojik denge ve ekonomik büyümenin paralel olmasını hedefleyen ve gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılamayı tehlikeye sokmadan bugünkü ihtiyaçları karşılayabilen bir modeldir.

Brundtland Raporu'nda belirtilen ve "Ortak Gelecek" olarak bilinen sürdürülebilir kalkınma düşüncesinde, çevrenin korunması ve ekonomi süreçlerinin tasarımlarının birbirleri ile ilişkili olduğu sunulmuştur (Aydın, 2016).

1993 yılında "Rio Zirvesi" olarak Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı'nda ise Sürdürülebilir Kalkınma için çeşitli önerilerin olduğu 21 konu başlığı belirlenmiştir.

Bu 21 konu başlığının uygulama süreçleri ise, 2002'de Johannesburg'da gerçekleşen "Dünya Zirvesi"nde küresel anlaşmalarla uygulanabilmek üzere oluşturulmuştur. Daha sonra 2012 Rio+20 zirvesi gerçekleştirilmiştir. Yine sürdürülebilir Kalkınma süreçleri içerisinde sürdürülebilir turizm konusunda yapılan çalışmalar da, Birleşmiş Milletler düzeyinde zirveler ve çabalar ile sürekli geliştirilmekte ve sonuçları izlenmektedir.

Türkiye'de trafik, kalabalıklaşma, gürültü kirliliği, mimari kirlenme, katı ve sıvı atıklar, yoğun yapılaşma, erozyon, emisyon ve sera gazı oluşumu gibi olumsuzluklar turizm alanlarında çevreye zarar vermektedir. Yerel halkın ekonomi, yönetim ve planlama süreçlerinde yer almaması da, sürdürülebilir turizm politikalarını uygulayacak bir destinasyonda büyük zorlukların yaşanmasına neden olmaktadır.

Öte yandan sürdürülebilir yaşamı tercih eden tüketiciler çoğalmadıkça turizmde sürdürülebilirlik etkin olamayacaktır. Sürdürülebilir yaşamda tüketici eğitimi; bireylerin ekonomik faaliyetlerini yönlendirme, ihtiyaçlarını giderme, kaynaklarını bilinçli kullanma, temel haklarını öğrenme, pazarı etkileme gücünü hedef alan eğitim ve bilgilendirme yatırımdır. Bu anlamda tüketicinin eğitimi ve bilgilendirilmesi birbirini tamamlayan iki önemli unsurdur (Hayta, 2009).

Türk turistlerin sürdürülebilir turizme bakış açısı incelendiğinde ise, sürdürülebilir turizmde destinasyonun gelişimi için en önemli paydaşlar olmalarına karşın, sürdürülebilir turizme karşı tutumları ve sürdürülebilir turizme verdikleri önem alan yazında az araştırılmış bir konudur. Bu doğrultuda hazırlanan bu çalışmada amaç; Türk turistin sürdürülebilir turizme bakış açısının turizm profesyonelleri üzerinden incelenip yerli turistlerin algılarının sürdürülebilir turizm açısından yükseltilebilmesine yönelik önerilerde bulunmaktır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

20. yüzyılda iki büyük dünya savaşı yaşayan insanlığın kolektif gündemini meşgul eden başlıca konular barış, özgürlük, kalkınma ve çevreciliktir. Bunlar arasında çevreciliğin önemi ve gereği giderek daha ön plana çıkmaktadır. Çevrecilik, çevrenin korunması, geliştirilmesi ve iyileştirilmesine yönelik olarak doğal kaynakların korunması, kirliliğin ve tehlikeli atıkların elimine edilmesi, tarihi ve kültürel kaynakların korunması, bitki ve hayvan türlerinin soylarının tükenmesinin engellenmesi konularını içeren kamuoyu ilgisidir (Alnaçık, 2009).

Sürdürülebilir kalkınma, kalkınmada ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere üç faktörün dengeli bir biçimde dikkate alınmasını gerektirmektedir. Şirket sürdürülebilirliği ya da kurumsal sürdürülebilirlik, sürdürülebilirliğe yönelik iş dünyası uygulamalarının toplamını ifade eden bir yaklaşımdır. Son olarak, üçlü performans yaklaşımı ise, insan, evren ve kar olmak üzere üç boyuttan oluşmakta olup, sürdürülebilir bir büyüme için işletmelere bir ölçüm sunmaktadır. Üç boyutlu

sürdürülebilirlik için işletmelere düşen görev, bu yaklaşım yardımıyla sürdürülebilirlik performanslarının ölçümü ve gelişimi için somut adımlar atmaktır (Adiller vd., 2011).

Uluslararası kuruluşlar gibi işletmeler de çevresel konularla ilgilendiklerini hedef kitlelerine iletmek ve çevresel konulara duyarlı oldukları imajı yaratmak amacıyla, kişisel satış, reklam, halkla ilişkiler ve doğrudan pazarlama gibi çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. İşletmeye yeşil bir kimlik kazandırmak için kullanılan yöntemlerin birbirleriyle uyumlu olması kadar ürün ve diğer karma elemanlarıyla da uyumlu olmasına, gerçekçi mesajları içermesine ve çevreci yöntemlerin kullanılmasına özen gösterilmektedir (Çoban, 2014).

Sürdürülebilirlik kavramı tüm sektörleri kapsadığı gibi turizm sektörünün de çalışma sahasına girmiştir. Buna ek olarak, turizm sektörü geliştikçe çevre üzerindeki etkileri fark edilmeye başlandıktan sonra sürdürülebilir kalkınma, turizm sektörü için uluslararası ölçekte önem kazanmıştır.

Sürdürülebilir turizm stratejileri, turizmin ekonomik etkileri, sosyal etkileri ve çevresel etkileri olmak üzere kategorize edilerek oluşturulmaktadır. Bir turist destinasyonu aynı zamanda orada sürekli yaşayan insanların evidir. Ancak görünüme göre bu stratejiler çoğunlukla toplumun dışında oluşturulmakta ve daha sonra toplum içerisine dahil edilmektedir. Dolayısıyla, toplum ile bu turizm girişimleri arasında iletken bir atmosfer yaratabilmek için, ev sahiplerinin çevrenin yönetimine ve planlamasına dahil olmaları ve karar verme sürecinde kendi fikirlerini ortaya atabilmeleri gerekmektedir (Masara, 2015). Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Gelişim Komitesi 1999 yılında “sosyal ve çevresel STK’ların toplumun gelişiminde sektörlerle ve yerel halkı uyarak lokal katılımı sağlayabileceğini” önermiştir (Gökçetin, 2015). Sürdürülebilir turizme katılmanın önündeki zorlukların büyük bir kısmı anlaşma, koordinasyon, işbirliği ve sorumluluk odaklıdır (Masara, 2015).

Konuya tüketiciler açısından bakıldığında ise, çevreci tüketicilerin çevre konusundaki özellikleri nedeniyle bazı ürünleri satın alıp bazılarını almadıkları hatta çevreye duyarlı ürünleri satın almak için daha çok ücret ödedikleri bile gözlenmektedir. Günümüzde çevreye aşırı duyarlı tüketicilerin yanı sıra diğer tüketiciler de sürdürülebilir turizm ile ilgilenmeye veya önemsemeye başlamışlardır.

Gelişmiş ülkelerde sürdürülebilir turizm ile ilgili araştırmalar, çevre duyarlılığı, ekolojik ürünlere ilgi ve ekonomiyi destekleme gibi konularda bilinç düzeyinin yüksek olmasının yanı sıra tüketicilerin de bu bilinci alışkanlıklarına ve davranışlarına yansıtarak bir yaşam biçimi haline getirdikleri sonuçlarına varmaktadır (Hayta, 2009).

Tüketim toplumlarında; ekonomik gelişme ve küreselleşmenin sonucunda kişilerin gelirleri arttıkça harcamaları ve kişisel ihtiyaçları da artmaktadır. Bireyler harcama yaptıkça ve tüketimi arttırdıkça tatmin ve mutlu olur. Sürdürülebilir bir politika, tüketim toplumlarına fikir olarak çok zor yerleştirilirse de, sürdürülebilir kalkınma tüm sektörleri içerir ki sürdürülebilir mimari, sürdürülebilir ekonomi, sürdürülebilir tarım vb. sürdürülebilir politikalar oluşturarak uygulamak gerekmektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizmde de tüketicinin bakış açısını geliştirebilmek için sürdürülebilirlik yararlarını tüm topluma yaymak çok önemlidir (Aydın, 2016). Çünkü, sürdürülebilir yaşam ve turizm büyük oranda bilinçli tüketici davranışlarına odaklanmaktadır (Hayta, 2009).

Yerel değerlerin korunmasına da gerekli özeni gösteren sürdürülebilir turizmin başarı faktörleri arasında tüketiciyi bilinçlendirmek ve tüketicinin katılımını sağlamak oldukça önemli bir unsurdur. Uğur (2015), çalışmasında yapısal eşitlik modeli yardımıyla yerel değerler ile turist tatmini arasındaki yapısal ilişkileri analiz etmiştir. Bu analize göre yerel değerler ile turist tatmini arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

3. YÖNTEM

Araştırmanın yöntemi nicel araştırma modelleri arasında yer alan genel tarama modelidir. “Genel tarama modelleri, örnekleme yoluyla evren hakkında kestirimlerde bulunma ve genellemeler yapma amacını gütmektedir. Bu modeller özellikle evrene ilişkin eğilimlerin belirlenmesinde yararlı olduğu için olabildiğince geniş bir örneklemeden veri toplanır (Şimşek, 2012:92). Bu tür araştırmalarda evrenin

tamamının dahil edilememesi nedeni ile evreni temsil edebilecek bir örneklem ve çerçevesinin oluşturulması gerekmektedir (Yüksel & Yüksel, 2004:114).

Araştırmanın evrenini Türkiye'deki turizm profesyonelleri ve akademisyenleri oluşturmaktadır. TUROFED, POYD, TUROB ve TURSAB kapsamındaki profesyoneller ve akademisyenler ile paylaşılan anket 181 kişi tarafından doldurulmuştur. Veri toplama aracı olarak bildirinin yazarları tarafından 20 ifade ve 5 demografik sorudan oluşan bir ölçek geliştirilmiştir. Ayrıca katılımcıların da görüşlerini ifade edebilecekleri boşluklar bırakılarak nitel verilere de ulaşılmaya çalışılmıştır.

4. BULGULAR VE MODEL ÖNERİSİ

Araştırma bulguları nicel ve nitel bulgular olmak üzere iki ana başlık altında sunulmaktadır. Nicel bulgular başlığı altında, demografik bulgular, sorunlara ilişkin bulgular ve çözüm önerilerine ilişkin bulgular olmak üzere üç alt başlık bulunmaktadır. Nitel bulgular başlığı elde edilen bulgular ise maddeler halinde özet olarak sunulmuştur.

Demografik bulgular ile ilgili anket sonuçlarına bakıldığında kadın ve erkek katılımcı sayısının yaklaşık olarak birbirine yakın olduğu, katılımcıların % 65'ine yakın kısmının yaş ortalaması 31 ila 50 yaş arasında olduğu, sektörel olarak dağılımın en çok konaklama sektörü ve eğitim sektöründe yoğunlaştığı ve katılımcıların % 80'inin üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 1: Katılımcılara İlişkin Demografik Bulgular

Cinsiyet		
	Frekans	Yüzde
Bay	96	53
Bayan	85	47
Yaş		
18-25	9	5,0
26-30	21	11,6
31-40	54	29,8
41-50	65	35,9
51-60	21	11,6
61 ve üzeri	11	6,1
Eğitim Durumu		
Lise	20	11,0
Üniversite	109	60,2
Yüksek Lisans	37	20,4
Doktora	15	8,3
Sektör		
Konaklama	40	22,1
Üniversite-Eğitim	38	21,0
Seyahat	22	12,2
Mimarlık-Şehircilik	17	9,4
Alışveriş	6	3,3
Sağlık	4	2,2
Satış Pazarlama	2	1,1
Yiyecek İçecek	1	0,6
Diğer	10	5,5
TOPLAM	181	100

Tablo 2'de sunulan sorunlara ilişkin araştırma bulguları incelendiğinde, tüketicilerin yiyecek ve içecek tüketiminde tasarruf eğilimi göstermedikleri, çöpleri cinsine göre ayırmaya dikkat etmedikleri ve kaldıkları otellerde enerji ve su tüketiminde tasarruf eğilimi göstermedikleri katılımcıların en çok katıldıkları ilk üç sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sürdürülebilir turizmde tüketicinin bakış açısını geliştirmek üzere yapılan anket sonucunda çözüm önerilerine ilişkin ilişkin olarak ise Tablo 3’de sunulan bulgular ortaya çıkmıştır. Çözüm önerileri arasında en yüksek değerleri, “turistik tesislerin sürdürülebilir turizm konusundaki duyarlılık düzeyleri derecelendirilmelidir” ve “tüketiciler tarafından kolayca anlaşılacak basit eğitim ve bilinçlendirme materyalleri geliştirilmelidir” ifadeleri almıştır. Bu iki öneriyi “Kültür ve Turizm Bakanlığı düzeyinde iç turizmde sürdürülebilir turizm bilincinin oluşmasına yönelik bir program başlatılmalıdır ve tüm sektörü kapsayan bir eylem planı hazırlanmalıdır” önerisi takip etmiştir.

Tablo 2: Sorunlara İlişkin Bulgular

Sorunlar	Ortalama Değer*	Standart Sapma
Tüketiciler otellerde yiyecek içecek tüketiminde tasarruf eğilimi göstermemektedir	4,42	0,637
Tüketiciler çöplerini cinsine göre ayırmaya dikkat etmemektedir	4,24	0,891
Tüketiciler otellerde enerji ve su tüketiminde tasarruf eğilimi göstermemektedir	4,09	0,950
Ziyaret edilen turistik yerlerde çevre kirletilerek kullanım yapılmakta ve çevre korumaya özen gösterilmemektedir	4,04	0,926
Tüketiciler sürdürülebilir turizm konusunda yeterince duyarlı değildir	4,04	0,802
Tüketiciler herşey dahil sistemde konaklamayı daha çok tercih etmektedirler	3,99	0,882
Tüketiciler sürdürülebilir turizm konusunda yeterince bilgi sahibi değildir	3,97	0,845
Tüketiciler arabaları ile seyahat ederken arabadan dışarı çöp atmamaya özen göstermemektedir	3,64	1,076
Tüketiciler organik yiyecek alma konusunda çok duyarlı değildir	3,60	0,907
*1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Tablo 3: Çözüm Önerilerine İlişkin Bulgular

Sorunlar	Ortalama Değer*	Standart Sapma
Turistik tesislerin sürdürülebilir turizm konusunda duyarlılık düzeyleri derecelendirilmelidir	4,38	0,685
Tüketiciler tarafından kolayca anlaşılacak basit eğitim ve bilinçlendirme materyalleri geliştirilmelidir	4,37	0,724
Kültür ve Turizm Bakanlığı düzeyinde iç turizmde sürdürülebilir turizm bilincinin oluşmasına yönelik bir program başlatılmalıdır ve tüm sektörü kapsayan bir eylem planı hazırlanmalıdır	4,34	0,826
Turizm işletmeleri enerji ve su kullanımlarını tüketicinin bilgilendirilmesi ile azaltmaya yönelik çalışmalar yapmalıdır	4,33	0,796
Tesislerde tüketicilere yönelik bilgilendirme levhaları ve yazıları bulundurulmalıdır.	4,31	0,727
Turistik tesislerde çalışanların çöplerin ayrılması üzerine eğitim alıp dikkatlerini çöp ayırmaya vererek temizlik yapmaları düzenlenmelidir	4,24	0,772
Yapılan her rezervasyonun ardından kabul mektubuna ek olarak sürdürülebilir turizm konusunda bilinçlendirici bir yazı sunulmalıdır	4,11	0,875
Turistik yerlerde çalışanların ve tüketicilerin ortak katılımı ile her hafta çevre temizlik ve koruma aktiviteleri düzenlenmelidir	3,89	0,948
*1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum 5-Kesinlikle katılıyorum		

Nitel Bulgular

Nitel bulgular incelendiğinde ise katılımcıların genel olarak benzer konuları vurguladıkları tespit edilmiş ve elde edilen bulgular aşağıdaki maddelerde özetlenmiştir.

- Tüketim eğilimi hedef pazarlardan gelen misafirlerin sosyal ve kültürel özelliklerine göre farklılık göstermektedir.
- Tüketiciler yerel sosyo-kültürel aktivitelere kayıtsızdır.

- Tüketici her şey dahil sistemi çok sevmese de bu sistem kolayına gitmekte ve bu sebeple bu alternatifi değerlendirmektedir. Ayrıca bu tarz tatil yıllarca teşvik edilmiştir. Her şey dahil sistemi olmasaydı insanlar bu sistemden faydalanmak yerine alternatifleri kullanmak durumunda kalırlardı.
- Toplumda çevreye karşı umursamazlık artmaktadır.
- Toplum bilinci için aileden başlayarak eğitim verilmelidir.
- Eğitim çok yaygın olmalı ve denetim mekanizması etkin çalıştırılmalıdır.
- Medyada bilinçli tüketiciliği özendirici bilgiler paylaşılmalıdır.
- İlgili turistik bölgelerde ulaşım araçlarına ve merkezi billboardlara kamu spotu şeklinde görsel materyaller asılmalıdır.
- Anaokulundan başlayarak çocuklara bu bilinci aşıl原因an eğitim verilmeli, bu uyarıcı çalışmalar günlük yaşamda ve ilköğrenim okullarında uygulamaya konulmalıdır.
- Otel odalarına küçük bilgilendirici kitapçıklar konulmalıdır.
- Tüketici tatilin sonunda sürdürülebilirliğe yaptığı katkıdan dolayı indirim veya hediye gibi kazanımlar elde ederse bilinci açıl原因acak ve özel hayatında da buna dikkat edecektir. Kapsamlı bir ödül sistemi hem tüketicilere hem de turizm çalışanlarına sunulmalıdır.
- Her şey dahil sistemi kaldırılmalıdır. Bu sistem, hem turizm hem de doğal kaynaklar açısından zararlıdır.
- Sosyal medya üzerinden farkındalık yaratılmalıdır.
- Çocukların ve gençlerin çevre bilinci çok daha yüksektir. Bu sebeple şimdiden başlayarak turistik tesislerin sürdürülebilirlik ve çevrecilik çalışmaları ölçümlenerek bir puanlama sistemi yapılabilir. Yeni nesil bu konuda çok daha duyarlı olduğu için kısa sürede bu konuda gelişme kaydedilebilir.

Model Önerisi

Araştırmada elde edilen nicel ve nitel bulgular neticesinde sürdürülebilir turizmde tüketicilerin bakış açılarının geliştirilmesine yönelik geliştirilen model Şekil 1’de sunulmaktadır. Modelde kamu ve özel sektörün birlikte hareket ederek tüketicilere ve işletmelere yönelik eğitim, bilgilendirme, bilinçlendirme, örnek olma, özendirme ve ödüllendirme başlıkları altında ortak projeler ve kampanyalar yürütülmesi öngörülmektedir. Ayrıca sunulan model, On Birinci Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu tarafından belirlenecek turizm stratejileri ve eylem planları içerisine dahil edilerek, çalışmaların alt başlıklarının projelendirilmesini ve uygulamaların önümüzdeki yıllara yayılmasını önermektedir.

Şekil 1: Sürdürülebilir Turizmde Tüketicilerin Bakış Açılarının Geliştirilmesine Yönelik Model Önerisi



5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de sürdürülebilir turizmde tüketicilerin bakış açılarını inceleyen bu araştırmanın nicel ve nitel bulgularından ve bu bulgulardan yola çıkılarak önerilen model doğrultusunda geliştirilen çeşitli öneriler aşağıdaki paragraflarda sunulmaktadır.

Merkezi ve yerel kamu idaresi ve özel sektörün birlikteliğinde ortak projeler ve kampanyalar ile tüketiciler bilinçlendirilmeli ve bu konuda eğitimin ilk basamağı olan anaokulu ve ilkokul itibari ile sistematik olarak ülke genelinde bir politika uygulanmalıdır.

Bireyler sürdürülebilir turizmin anlamını öğrenmeli, kamu spotları ve görsel tabelalar ile şehir merkezlerinde mesajlar verilerek bilinçlendirme arttırılmalıdır. İlkokuldan itibaren örgün eğitimde verilecek eğitimler, tüm tüketicilerin sürdürülebilir kavramı ile yaşamasına destek olacak ve sosyal yaşama sürdürülebilirlik kavramının girmesini sağlayacaktır.

Özellikle özel sektörde yer alan işletmeler tarafından çağdaş pazarlama anlayışı benimsenmeli ve otellerdeki çevreci işletme sistemleri ile tüketicilere örnek olunmalıdır. Türkiye genelinde otellerde çöp ayrıştırma, enerji tüketimini sınırlama, kullanılan mefruşatın yıkanması ile ilgili sınırlılıklar getirme gibi uygulamalar yapılmalı ve bu yapılanlar ile ilgili tüketiciler yazılı olarak bilgilendirilmelidir.

Kamu ve özel sektör tarafından tüketicileri özendirilemek için çeşitli ödüllendirme çalışmaları yapılmalı ve bu sayede tüketiciler sürdürülebilir turizme yönlendirilmelidir.

Kamunun ve devlet politikasının içine sürdürülebilirlik kavramı daha derinlemesine girmeli ve özel sektörün sürdürülebilir turizm konusundaki çabaları desteklenmelidir.

Sosyoloji, psikoloji ve ekonomi gibi çeşitli alanlarda tüketici davranışları araştırılarak eksikler belirlenmeli ve buna göre kamu spotları ve yönetmelikler geliştirilmelidir. Eğer toplum iyi bir şekilde bilgilendirilmez ya da teşvik edilmez ise sürdürülebilirlik çabalarına katılım azalabilir (Masara, 2015).

Özel sektörü özendirmek için, sürdürülebilir turizm konusunda tüketiciyi etkileyecek ve yönlendirecek uygulamalar yapan işletmelere vergi indirimleri veya çeşitli teşvikler sunulabilir. Özellikle turistik şehirlerde çöp ayrımı kamu alanlarında uygulamaya zorlanabilir.

STK’lar özellikle tüketici eğitimi ve bilinçlendirme konularında çaba göstermelidirler. Çevre ve sosyal sorumluluk STK’ları bu konuda birlikte çalışarak topluma baskı yapabilir. Turizm sektörü ile ilgili TSK’lar özellikle çevre kirliliğinin önlenmesi, temiz turizm planlaması ve tüketicilerin doğaya verebilecekleri zararların önüne geçilmesi gibi konularda hem kamuya hem de özel sektöre destek vermekte önemli rol oynayabilir.

İleride bu konuda çalışmak isteyen araştırmacılara ise, tüketicilerin zaman içerisinde sürdürülebilir turizm konusunda ne kadar ilerleme kaydettiklerini ölçen çalışmalar yapmaları önerilebilir.

KAYNAKÇA

Adiller L., Durmaz V., Yalçınkaya A. (2011). Sürdürülebilir Kalkınma ve Kurumsal Sürdürülebilirlik için Yeni Üçleme: Üçlü Performans. *Uluslararası 9. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiri Kitabı*.

Almaçık, Ü. (2009). Tüketicilerin Çevreye Duyarlılığı ve Reklamlardaki Çevreci İddialar. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 18 (2): 48-79.

Aydın, B. (2016). Sustainability in Cultural Tourism Destinations from the Perspective of Tourists, Boğaziçi University.

Çalık, İ. (2014). Sürdürülebilir Turizm Göstergeleri Kapsamında Doğu Karadeniz Bölgesi’nin Analizi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Çoban, S. ve Sönmez, Y. (2014). Yeşil Pazarlama Karmasına Yönelik Tüketici Tutumlarının Demografik Özelliklere Göre Farklılaşması: Ahi Evran Üniversitesi Örneği. *Neşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.(3):65-82.

- Gökçetin, A. (2015). *The Role of NGOs in Sustainable Tourism in Turkey*. Boğaziçi Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Hayta, A. B. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. *Ali Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 10 (3): 143-151.
- Masara, L. (2015). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Ortaya Çıkan Stratejiler*. Akdeniz Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Şimşek, A., (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları.
- Uğur, A. G. (2015). *Sürdürülebilir Turizm, Yerel Değerler İle Turist Tatmini Arasındaki Yapısal İlişkilerin İncelenmesi: Bütünleşik Bir Yaklaşım*. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Yüksel F. ve Yüksel A. (2004). *Turizmde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Turhan Kitabevi.

YEREL HALKIN GASTRONOMİ TURİZMİNE KARŞI FARKINDALIK ve TUTUMU: KASTAMONU ÖRNEĞİ

Sedat ÖNER

Kastamonu Üniversitesi
SBE, Turizm İşletmeciliği ABD
sedat_0619@hotmail.com

Yrd. Doç. Dr. Aydoğan AYDOĞDU
Kastamonu Üniversitesi
Turizm Fakültesi
aydoganaydogdu@yandex.com

ÖZ

Turizm etkinliklerinin günümüz çağdaş toplum yaşamında yaratmış olduğu ekonomik, sosyal, kültürel, politik ve çevresel etkiler, turizmin tüm yönetimlerin öncelikli konusu haline gelmesi sonucunu doğurmuştur. Bu olgu son yıllarda uluslararası olduğu kadar kentler arası bir rekabete de yol açmaktadır. Şehirlerin çetin rekabette başat gelebilmeleri için insanları seyahate yönelten arz yönlü verilerine dayalı bir ürün çeşitlendirmesine gitmelerinin gerekliliğine inanılmaktadır. Kastamonu; insanları seyahate yönelten arz yönlü veriler açısından dört mevsim talep yaratacak birçok çekiciliği bünyesinde barındırmaktadır. Bunlar arasında yer alan Gastronomi Turizmi'nin, yöresel ürünleri kullanmayı öne çıkaran doğası nedeniyle sürdürülebilirlik açısından diğer turizm türlerine göre daha şanslı olduğuna inanılmaktadır. Henüz doğum sürecinde olduğu ifade edilebilecek Kastamonu Gastronomi Turizmi'nin güçlenerek gelişmesinin yerel halkın bu konudaki farkındalığının yanı sıra olumlu tutumuna bağlı olduğuna inanılmaktadır. Anlatılanlar bağlamında araştırmanın amacı Kastamonu kent merkezinde yaşayan halkın Gastronomi Turizmi'ne yönelik farkındalığının ve tutumunun saptanmasıdır. Araştırma amaçlarını gerçekleştirmek için bir alan araştırması yürütülmüştür. Araştırma verileri ilgili yazında var olan bir anket formunun araştırma amaçlarına uyarlanarak Kastamonu kent merkezinde yaşayan 115.000 kişiyi temsilen kolayda, yargısal ve gönüllülük esaslarıyla belirlenmiş olan 384 kişiye yüz yüze yürütülmesi ile toplanmıştır. Elde edilen veriler niteliklerine göre aritmetik ortalama ve standart sapmanın yanı sıra sıklık ve yüzdelere çözümlenmiştir. Araştırma sonuçları Kastamonu Halkı'nın Gastronomi Turizmi hakkında farkındalıklarının düşük, buna karşın olumlu bir tutum içerisinde olduklarını ortaya koymuştur.

Anahtar kelimeler; Gastronomi Turizmi, Yerel Halk, Tutum, Kastamonu.

THE ATTITUDES AND AWARENESS OF THE LOCAL COMMUNITY TOWARDS GASTRONOMIC TOURISM: THE CASE OF KASTAMONU

ABSTRACT

The economic, social, cultural, political and environmental effects on today's modern societal life of tourism activities have resulted in tourism being the primary subject of every government. In recent years, this notion has caused competition amongst countries as well as cities in the same country. It has been believed that, product varieties should be increased based on the supply-side data leading people more towards travelling so that cities would outrace in this competition. Kastamonu has many attractions that would create four seasons-supply in terms of the data leading people more towards travelling. In comparison to other tourism types, gastronomic tourism, which is amongst them, is believed to have more chance in terms of sustainability because that it emphasizes the use of local products. In addition to the awareness of the local community, positive attitudes of the local community is another factor affecting the improvement process of the Kastamonu Gastronomic Tourism, which is at its first state, by getting empowered. Based on the things told, the aim of the study is to present the awareness and attitudes of the community, who live in the center of the city,

towards Gastronomic Tourism. By adopting the aims of a survey form existing in the related research area, research data have been collected from 384 individuals representing 115.000 individuals by taking the easiness in accordance with legal and volunteering principles. The data collected in this study have been analyzed not only by calculating the arithmetic mean and standard deviation, but also by stating the frequency and percentages. The results of the study indicate that the awareness of the Kastamonu Community towards Gastronomic Tourism is low, but that the Kastamonu Community has positive attitudes towards Gastronomic Tourism.

Key terms; Gastronomic Tourism, local community, attitude, Kastamonu.

1. GİRİŞ

Turizm günümüzde çok hızlı gelişen ve yenilenen sektörlerden biridir. Bu hızlı değişme ile birlikte, turizm ürünlerinde ve destinasyonlarda da farklılaşmalar meydana gelmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak yeni ve dikkat çekici, alışılmıştan farklı turizm çeşitlerine olan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır (Lordkipanidze, Brezet & Backman, 2005).

Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için çeşitli alternatifler söz konusudur. Bölgelerin destinasyon temelinde pazarlanmasının yanı sıra özel ilgi turizmi adı altında özgün turizm etkinlikleri birçok ülke, bölge ve turistik varış noktası pazarlamasında büyük önem taşımaktadır. Bu noktada “*Gastronomi Turizmi*” birçok turizm çeşidi ile bütünleştirilebileceği gibi tek başına da bir turizm çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Turizm etkinliklerinin sağlamış olduğu ekonomik kazanımlar turistik varış noktaları arasında çetin bir rekabete yol açmaktadır. Bu nedenle turizm bölgeleri rakipleri ile rekabet edebilmek için çeşitli turizm çekicilikleri geliştirmek zorundadır. Bir bölgenin sahip olduğu yerel yemekler bu rekabet avantajının sağlanması açısından önemli bir katkı sağlayacaktır. Bir bölgedeki kaliteli yiyecek içecek o bölgede turizm ürünü ve turist deneyimi olarak geliştirilmektedir. Bölgeye gelen ziyaretçilerin bu ürünlere harcadığı para bölge ekonomisine katkı sağlamakta ve bu sektörlerin gelişmesini sağlamaktadır (Yüncü, 2010).

Ülkelerin turizm potansiyellerinin tanıtılmasında kendi mutfak kültürlerinin kullanılma isteği gün geçtikçe önem kazanmaktadır. Yeme-içmenin bilime ve sanata dönüştürülmesi olarak değerlendirilen gastronomi artık turizmle bütünleşmeye ve ülke tanıtımlarında aktif bir rol üstlenmeye başlamıştır (Küçükaltan, 2009). Yemek sürdürülebilir turizmde önemli bir yere sahiptir. Bu önem çeşitli boyutlarda ortaya çıkmaktadır. Öncelikle turistlerin yerel yiyecekleri tüketmesi bölgeye çarpan etkisi yapmaktadır. Böylece yerel ekonomi kazanç sağlamaktadır (Çeken, 2016; Olalı ve Timur, 1988).

Gastronomi Turizmi yeni bir turizm türü olmakla birlikte aslında Türkiye dışında destinasyon pazarlayan tur operatörleri ve seyahat acenteleri gastronomiyi bir turizm ürünü olarak çok uzun süredir sunmaktadırlar (Chaney ve Ryan, 2012’den akt. Şahin ve Ünver, 2015).

Turizm sektörünün büyümesini sağlamak ve çeşitliliğini arttırmak için gastronominin çekiciliğinden yararlanılmakta olduğu belirtilirken zamansal ve mekânsal yoğunlaşmanın önüne geçebilmek, ‘kaliteli turist’ olarak tanımlanan kitleyi destinasyona çekebilmek için gastronomi turizminin geliştirilmesinin önemliliği vurgulanmaktadır (Durlu-Özkaya ve Can, 2012: 30).

Gastronomi Turizmi’nin en önemli aktörlerinden biri olan gastro turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için bir destinasyonda tüketim imkânlarının ikna edici bir şekilde bölge ve toplum arasında ilişki kurularak sunulabilmesi gerekli görülmektedir. Bu ilişkinin iyi bir şekilde kurulabilmesi, bir destinasyonun çekici bir konuma gelebilmesi açısından önemli görülmektedir (Hillel, Belhane&Shani, 2013). Bir başka deyiş ile Gastronomi Turizmi’nin gelişmesine etki eden önemli unsurlardan birini yöre halkı oluşturmaktadır. Nitekim Yoon ve arkadaşları turizmin bir bölgede başarılı olabilmesinin o bölgede yaşayan yöre halkının turizme karşı ortaya koyacakları tepkiye ve tepkiyi etkileyen etmenlerin anlaşılmasına bağlı olduğunu ifade etmektedirler (Yoon, Gursoy ve Chen, 2001).

Anlatılanlar bağlamında yöre halkının Gastronomi Turizmi farkındalığının ve desteğinin önemli olduğu ifade edilebilir. Bu öneme koşut araştırmada aşağıdaki soruların yanıtları aranmaktadır:

- Kastamonu Halkı'nın geliştirilmesi hedeflenen Gastronomi Turizmi'ne yönelik tutumu nedir?
- Kastamonu Halkı'nın yöresel yemeklere yönelik bilgi düzeyi nedir?
- Kastamonu Halkı'nın yöresel gıda ürünleri hakkındaki bilgi düzeyi nedir?
- Kastamonu Halkı'nın yöresel yemek ve gıda ürünlerini beğenme düzeyi nedir?

Araştırma amacının çok yalın olarak gelişmesinde önemli rol oynayan yöre halkının Gastronomi Turizmi'ne yönelik farkındalığının ve tutumunun tespit edilmesi olduğu ifade edilebilir.

Çalışma sonuçlarının Kastamonu Halkı'nın Gastronomi Turizmi'ne yönelik tutum ve davranışlarını ortaya koyacak olması nedeniyle önemli olduğu düşünülmektedir. Çalışma ile sınırlı da olsa Kastamonu Halkı nezdinde Gastronomi Turizmi'nin önemine yönelik bir farkındalık ve bilinç oluşacağı ümit edilmekte ve bu açılardan önemli görülmektedir. Araştırma sonuçlarının ayrıca Kastamonu'da henüz bebeklik dönemini yaşadığı düşünülen Gastronomi Turizmi'nin gelişmesine katkı sağlayacak olması açısından da önem taşıdığı söylenebilir. Sayılan tüm bu çabaların genel anlamda hedeflenen marka varış noktası Kastamonu amacına hizmet edeceği, özelde ise zengin Kastamonu Mutfağı'nın tüm paydaşlara duyurulması hususunda yaşamsal bir destek sağlayacağına inanılmaktadır. Çalışma ile Kastamonu'da turizm yatırımı yapacak, ya da turizme girdi sağlayacak girişimlerde bulunmak isteyen potansiyel yatırımcılara geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış nesnel bilgiler sunulmuş olacaktır. Araştırmayla ayrıca kent planlamacıları, yerel mülki ve idari paydaşlara da veri katkısı sağlanması hedeflenmekte ve önemsenmektedir. Özlüce araştırma sonuçlarının ilgili yazında var olduğu düşünülen boşluğun doldurulmasına önemli bir katkı sağlanacağına inanılmakta ve önemsenmektedir.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE ve İLGİLİ ÇALIŞMALAR

“Gastronomi” bir terim olarak ilk kez 1800 yılında Joseph de Berchoux'nun (1775-1838) bir şiirinin başlığı olarak doğmuştur (Freedman, 2008). Berchoux'nun *Gastronomie ou L'Homme des Champs a Table* (Gastronomi Tarlalardan Sofraya İnsan) eseriyle birlikte literatürde kullanılmaya başlanmıştır (Üner, 2014). Gastronomi sözcüğü 1803, gastronomik sıfatı ise 1807 yılından bu yana vardır. “Gastronomi” *Dictionnaire de l'Academie Française*'e 1835 yılında girmiştir. Ancak o yıllarda güzel yemek sanatını ifade etmekten çok, sosyal statüye kavuşmayı ve itibar görmeyi sağlayan bir araç anlamı taşımaktadır (Freedman, 2008).

Gastronomi içinde barındırdığı tüm sanatsal ve bilimsel unsurlarla yiyecek ve içeceklerin, tarihsel gelişme sürecinden başlayarak tüm özelliklerinin ayrıntılı bir biçimde anlaşılması, uygulanması ve geliştirilerek günümüz şartlarına uyarlanması çalışmalarını kapsayan bir bilim dalı olarak tanımlanabilir (Eren, 2007).

“*Gastronomi Turizmi*” ise ilk defa 1998 yılında Long tarafından “*Culinary Tourism*” adıyla turistlerin farklı kültürlerin yiyeceklerini deneyimleme fikri olarak ortaya atılmıştır (Long, 2004). Long'a göre “*Gastronomi Turizmi*” unutulmaz deneyimler yaşamak için gastronomi ve gastronomi ile ilgili etkinlikler üzerinden kültürü, tarihi araştırmak ve keşfetmektir (Yun, Hennessey ve MacDonald, 2011).

Hall ve Mitchell (2000) Gastronomi Turizmi'ni birincil ve ikincil yiyecek üreticilerini ve yiyecek festivallerini ziyaret etmek, yiyecekleriyle tanınmış belirli destinasyonlardaki konaklama işletmelerinde ve restoranlarda üretilen yiyecekleri tatmak ve tanımak amacıyla yapılan seyahatler olarak tanımlamışlardır. Yüncü (2010, s.29) ise daha geniş bir yaklaşımla; “*Gastronomi Turizmi, ana motivasyon kaynağı özel bir yemeğin tadımı veya bir yemeğin üretim aşamalarını görmek amacıyla, yöresel veya kırsal alanları, yiyecek üreticilerini, restoranları, yemek festivallerini ve özel alanları ziyaret etmektir*” biçiminde tanımlamaktadır. Bununla birlikte özel bir yemeği tatmak, yemeklerin farklı üretim süreçlerini görmek veya ünlü bir şefin elinden yemek yemek yine bu kapsamda ele alınmaktadır. Tüm bu sayılanlara karşın herhangi bir restorana yapılan günlük olağan ziyaretler gastronomi kapsamına girmemektedir.

Gastronomi Turizmi'nin niş bir pazar niteliği kazanmış olması gerek ulusal gerekse de uluslararası turizm pastasından pay almayı hedefleyen ülke, bölge ve turistik varış noktası yöneticilerinin dikkatlerini çekmiştir. Gastronomi Turizmi'nin gelişmesi tıpkı diğer turizm çeşitlerinde olduğu gibi yöre halkının olumlu tutum ve davranışına bağlı olduğu söylenebilir. Nitekim konu ile ilgili araştırmalarda bir ülke, bölge ve/ya turistik istasyonun turizm de başarılı olabilmesinin yöre halkının turiste ve turizme olumlu bakmaları halinde olanaklı olduğu hususunda geniş bir uzlaşısı vardır (Türkmen ve Dönmez, 2015; Gümüş ve Özüpekçe, 2009; Tayfun ve Kılıçlar, 2004; Yoon vd., 2001; Jurowski, Uysal, & Williams, 1997; Hernandez, Cohen&Garcia, 1996; Olalı, 1990).

Gümüş ve Özüpekçe yapmış oldukları çalışmada turizmin gerek çevresel etkilerini gerekse sosyal, ekonomik ve kültürel değişime yönelik alguları, tutum ve davranışları ortaya çıkarmak amacıyla pek çok çalışma yapıldığını vurgulamaktadırlar. Yazarlara göre Kaltborn ve arkadaşları (2008), Ambroz (2008), Teye ve arkadaşları (2002), Baysan (2002), Mason ve Cheyne (2000), Carmichael (2000), Smith ve Krannich (1998) turizm alanlarında ikamet edenlerin turizme yönelik tutumları konularında araştırmalar yapar iken, Raymond ve Brown (2007), Zhang ve arkadaşları (2006) turizm alanlarında ikamet edenlerin turizm algısı konularına odaklanmışlardır.

Konu ile ilgilenen Türkmen ve Dönmez (2015) yapmış oldukları “Korunan Alanların Turizme Açılmasına İlişkin Yerel Halkın Görüşleri (Yenice Örneği)” adlı çalışmalarında turizmin tarihsel gelişiminde turistlerin destinasyon seçimi kadar yöre halkının turizme bakış açısının da önemli olduğunu vurgulamışlardır.

Dilek, Öner ve Harman “Hasankeyf halkının turizmin gelişimine yönelik tutumu” adlı çalışmalarında bir varış noktasında turizmin planlı ve sürdürülebilir gelişimi sürecinde yerel halkın turizme yönelik tutumunun belirlenmesi son derece önemli olduğunu vurgulamışlardır. Yazarlar çalışmalarında turizmin yalnızca ekonomik boyutuyla değerlendirilemeyeceğini ifade etmişlerdir. Onlara göre turizmin sosyo-kültürel ve doğal çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerin belirlenmesi bir destinasyonun planlı bir turizm gelişimine sahip olması ve bu gelişimin sürdürülebilir kılınmasında yaşamsal rol oynayan en önemli etmenlerdir. Bu bağlamda, söz konusu olumlu ve olumsuz etkilerin hem ekonomik hem de sosyo-kültürel ve doğal çevre bağlamında ele alınması ve değerlendirilmesi gerekliliğini öne süren yazarlar yöre halkının turizme karşı tutumlarının belirlenmesinin önemine değinmişlerdir.

Çetin ise (2009) yapmış olduğu çalışmada bir bölgedeki toplumun turizmin gelişmesi hakkındaki tercihlerinin, destek veya muhalefetinin araştırılmasının çok önemli olduğunu öne sürmüştür. Çetin'e göre özellikle genç nüfusun turizm etkileri hakkındaki görüşlerinin turizm planlamaları ve uygulamaları için son derece önemlidir. Bu nedenle yöre halkının turiste ve turizme yönelik tutumlarının ölçülmesi başarı için yaşamsal bir önem taşımaktadır (Çetin 2001).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Modeli

Çalışma var olan durumu olduğu gibi ortaya koymaya yönelik durum çalışması adı da verilen bir örnekölçü taramasıdır. Tarama Modeli; nesneye, olguya, olaya, bireye vb. ilişkin günümüzdeki ya da geçmişteki verilerin tamamının gözden geçirilmesi mantığına dayanmaktadır. Böylece, araştırılan olguya ilişkin dağınık veriler toparlanmakta, sınıflandırılmakta, düzenlenmekte ve çözümlenmektedir (Şimşek, 2012).

3.2. Araştırmanın Anakütlesi ve Örnekleme

Kastamonu Halkı'nın Gastronomi Turizmi karşısındaki farkındalık ve tutumu konulu çalışma temel olarak Kastamonu il merkezinde yaşayan bireylere yönelik tasarlanmış ve yürütülmüştür. Çalışmanın ana kütlesi (evreni) Kastamonu kent merkezinde yaşayan 18-65 yaş arasındaki erişkinlerdir. Adrese Dayalı Nüfus Sayımı Sistemi (ADNKS)'ne göre Kastamonu il merkezinde 115.000 kişi yaşamakta olup bunlardan yaklaşık 80.000'i 18-65 yaş aralığındadır (Kastamonu Güncel, 2017). Tanımlanmış bu

nüfustan kolayda, yargısal ve gönüllülük esaslarına göre belirlenmiş 384 kişi araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması

Çalışmada araştırma verileri anket aracılığıyla toplanmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılan anket araştırma sorularına uygun olarak ilgili yazında birikmiş verinin yardımıyla oluşturulmuştur. Bu çabalar çerçevesinde Doğan ve Üngüren (2010)'in "Alanya halkının turizme sosyo-kültürel açıdan bakışı" adlı çalışmaları için geliştirmiş oldukları anketten de geniş ölçüde yararlanılmıştır. Doğan ve Üngüren'in anılan çalışmalarında kullanmış oldukları anketin seçiminde Çalışkan ve Tütüncü (2008), Akman (2007), Özmen (2007), Baykan (2007), Uslu ve Kiper (2006), Gümüş ve Özüpekçe (2009)'nin konu ile ilgili araştırmalarından bir önerme havuzu oluşturarak geliştirmiş olması önemli rol oynamıştır. Anket formu iki bölümden oluşturulmuştur. Birinci bölümde katılımcıların demografik bilgilerini toplamaya yönelik sorulara yer verilmiştir. İkinci bölümde ise Kastamonu Halkı'nın Gastronomi Turizmi'ne yönelik tutum, bilgi ve beğenilerini ölçmeye yönelik ifadeler yer almıştır.

3.4. Verilerin Analizi

Verilerin çözümlenmesinde sosyal bilimlerde yaygın kullanılan bir paket program kullanılmıştır. Katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorular sıklık ve yüzdelerle çözümlenmiştir. Araştırmada katılımcıların farkındalık, tutum ve beğenilerini belirlemeye yönelik ifadeleri ise aritmetik ortalama ve standart sapmalarla analiz edilmiştir.

4. BULGULAR

Araştırma sürecinde elde edilen veriler niteliklerine göre çözümlenmiştir. Katılımcıların demografik bilgileri sıklık ve yüzdelerle çözümlenirken, farkındalık, beğeni ve tutum ölçmeye yönelik veriler aritmetik ortalama ve standart sapmalarla analiz edilmiştir.

Çalışmada anket aracılığıyla elde edilen veriler, bu verilerin yorumları için geçerli ve tutarlı bilgiler sağlaması açısından önemlidir. Bilimsel bir araştırmada yapılan ölçümlerin geçerlilik ve güvenilirlikleri veri toplama aracının en önemli niteliklerindedir. Çünkü veri toplama sürecinde yapılabilecek rastlantısal ve sistematik hatalar çalışmanın geçerliliği ve güvenilirliği üzerinde önemli derecede etkilidir (Ural ve Kılıç, 2006). Sosyal bilimlerde yapılan güvenilirlik analizi sonucu elde edilen Cronbach Alfa değerinin 0.60'ın üzerinde olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilir (Sekaran ve Bougie, 2010). Bu çalışmada Cronbach's Alfa değeri 0.89 olarak bulunmuştur. Bu oran kullanılan ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

Araştırma bulguları ve ilişkili tablolar izleyen paragraflarda verilmiştir. Araştırmaya katılanların demografik özellikleri Tablo 1.'de yer almaktadır. Tablo değerleri incelendiğinde erkek katılımcıların kadın katılımcıların yaklaşık iki katı olduğu görülmektedir. Yaş grupları istatistiği katılımcıların ağırlıklı olarak 15-24 ila 25-35 yaş aralığında yer aldıkları bulgulanmıştır. Bu iki yaş grubunda yer alan katılımcı sayısı 122 ve 144'tür. Bu değerler toplam katılımcıların %69,3'ünü oluşturmaktadır. Katılımcıların %48,4'ü evli iken diğerleri bekar, dul, boşanmış ya da ayrı yaşayan bireylerdir. Eğitim bilgileri ile ilgili sonuçlara göre katılımcılardan 129 kişi Lisans eğitimi almıştır. Bu değer %33,6'lık bir orana karşılık gelmektedir. Katılımcılardan 113 kişinin aylık geliri 1001 ila 2000 TL arasında bir gelire sahip iken toplam katılımcı sayısının %29,4'ü oranıyla en geniş gelir grubunu oluşturmuşlardır. Katılımcıların Kastamonu'da yaşadıkları süreler de sorgulanmıştır. Bu soruya verilen yanıtlar içerisinde 0-5 yıl 135 kişi ile toplamın %35,7'sini oluşturur iken, 20 yıldan fazla süredir yaşayanların sayısı 112, toplama oranı ise %29,2 ile en geniş 2. gruptur.

Tablo 1: Ankete Cevap Veren Katılımcıların Demografik Özellikleri

İfade No	Katılımcılara Ait Demografik Özellikler	Sıklık	%	Birikimli %
İfade 1	Cinsiyetiniz?			
	Kadın	123	32,0	32,0
	Erkek	261	68,0	100,0

	Toplam	384	100,0	
İfade 2	Yaşınız?			
	15-24	122	31,8	31,8
	25-35	144	37,5	69,3
	36-55	79	20,6	89,8
	56-64	28	7,3	97,0
	65 Ve Üzeri	11	2,9	100,0
	Toplam	384	100,0	
İfade 3	Medeni Durumunuz?			
	Evli	153	39,8	39,8
	Bekar	186	48,4	88,3
	Boşanmış	18	4,7	93,0
	Dul	14	3,6	96,6
	Ayrı Yaşayan	13	3,4	100,0
	Toplam	384	100,0	
İfade 4	Eğitim Durumunuz?			
	İlkokul	21	5,5	5,5
	Ortaokul	29	7,6	13,0
	Lise	108	28,1	41,1
	Ön Lisans	67	17,4	58,6
	Lisans	129	33,6	92,2
	Yüksek Lisans	24	6,3	98,4
	Doktora	6	1,6	100,0
	Toplam	384	100,0	
İfade 5	Geliriniz?			
	Geliri Yok	92	24,0	24,0
	751-1000	38	9,9	33,9
	1001-2000	113	29,4	63,3
	2001-3000	70	18,2	81,5
	3001+	71	18,5	100,0
	Toplam	384	100,0	
İfade 6	Kastamonu'da Yaşam Süreniz?			
	0-5 Yıl	137	35,7	35,7
	6-10 Yıl	48	12,5	48,2
	11-15 Yıl	37	9,6	57,8
	16-20 Yıl	50	13,0	70,8
	20 Yıl +	112	29,2	100,0
	Toplam	384	100,0	

Tablo 2.'de Kastamonu Halkı'nın Gastronomi Turizmi'ne karşı tutumunu ortaya koyan sonuçlar verilmiştir. Tablo değerleri incelendiğinde “*gastronomi turizmi ile farklı yemek kültürlerini tanıyacağız*” ifadesinin 3,95 ortalama ile en yüksek değeri aldığı görülmektedir. Katılımcılara yöneltilen 26 ifade arasında ikinci en yüksek ortalama Gastronomi Turizmi insanlarda hoşgörü ortamını artıracak ifadesidir. Bu ifadeyi 3,82 ortalama ile “*Gastronomi Turizmi yabancı dil öğrenmemize yardımcı olacak*” ifadesi izlemiştir. Bu bulgular Kastamonu Halkı'nın Gastronomi Turizmi'ne yönelik olumlu bir tutum içerisinde olduğu biçiminde yorumlanmaktadır.

Diğer yandan yöneltilen ifadeler içerisinde en düşük ortalama sahip üç ifadeden ilki 1,6 ortalama ile “*elimde olsa gastronomi turizmini kısıtlarım*” önermesidir. Bu ifadeyi 1,72 ortalama ile “*Kastamonu'da Gastronomi turizminin varlığından rahatsızlık duyacağız*” ifadesi izlemektedir. En düşük üç ortalama üçüncüyü 1,77 ortalama ile iki ifade paylaşmaktadır. Bunlar “*Gastronomi turizmi ile birlikte inançlarımızı kaybedeceğimizi düşünüyorum* ve *Gastronomi turizmi ile birlikte manevi değerlerimizi kaybedeceğimizi düşünüyorum*” ifadeleridir.

Tablo 2: Katılımcıların Gastronomi Turizmi İle İlgili Sorulara Verdikleri Cevaplar

İfade No	Gastronomi Turizmi İle İlgili İfadeler	\bar{X}	S.S.
İfade 1	Gastronomi turizmi ile birlikte Kastamonu'da alkol tüketimi artacaktır	1,99	1,25
İfade 2	Gastronomi turizmi Kastamonu'da fuhşun artmasına sebep olacaktır	1,75	1,06
İfade 3	Gastronomi turizmi'nin boşanmaları arttıracacağını düşünüyorum.	1,85	1,11
İfade 4	Gastronomi turizm ile birlikte insanlar evlenmekten kaçacaktır.	1,81	1,03
İfade 5	Gastronomi turizminin insanların aile ve evlilik hayatını olumsuz etkileyeceğini düşünüyorum.	1,8	1,06
İfade 6	Kastamonu'da Gastronomi turizminden dolayı kıskançlıkların artacağını düşünüyorum.	2	1,2
İfade 7	Gastronomi turizm yüzünden çocuklarımızın ahlakı geleceğinden kaygı duyacağız.	2,02	1,24
İfade 8	Gastronomi turizmi ile başka toplum ve kültürlerle saygı duymayı öğreneceğiz.	3,48	1,33
İfade 9	Gastronomi turizmi ile farklı yemek kültürlerini tanıyacağız.	3,95	1,14
İfade 10	Gastronomi turizmi insanlarda hoşgörü ortamını artıracak.	3,85	1,11
İfade 11	Gastronomi turizmi ile daha medeni bir toplum olacağız.	3,78	1,16
İfade 12	Gastronomi turizmi yabancı dil öğrenmemize yardımcı olacak.	3,82	1,17
İfade 13	Elimde imkân olsa Kastamonu'dan gastronomi turizmi kısıtlarım.	1,6	0,99
İfade 14	Kastamonu'da Gastronomi turizminin varlığından rahatsızlık duyacağız.	1,72	1,03
İfade 15	Elimde olsa Kastamonu'dan gitmek isterim.	2,14	1,35
İfade 16	Gastronomi turizminden gelen paranın faydalı olacağına inanmıyorum.	2,02	1,25
İfade 17	Kastamonu'da Gastronomi turizminden dolayı her yerde kalabalık görmekten usanacağız.	1,86	1,09
İfade 18	Gastronomi turizmi ile birlikte inançlarımızı kaybedeceğimizi düşünüyorum	1,77	1,01
İfade 19	Gastronomi turizmi ile birlikte manevi değerlerimizi kaybedeceğimizi düşünüyorum	1,77	1,06
İfade 20	Gastronomi turizmi ile birlikte gelenek ve göreneklerimiz kaybedeceğimizi düşünüyorum	1,8	1,05
İfade 21	Gastronomi turizminin getireceği para insanlar arasındaki güven ortamını tahrip edecektir.	1,91	1,09
İfade 22	Gastronomi turizminin toplum ahlakını tehdit edeceğini düşünüyorum	1,88	1,12
İfade 23	Turistlerin şehir içinde rahat kıyafetiyle gezmesi beni rahatsız edecek.	1,89	1,21
İfade 24	Kastamonu'da tabelalarda yabancı isimler görmek beni rahatsız edecek.	2,02	1,25
İfade 25	Gastronomi turizmi ile Türkçe'mizin bozulacağını ve yeterince kullanılmayacağını düşünüyorum	1,98	1,17
İfade 26	Yabancıların Kastamonu'ya yerleşmesi beni rahatsız edecek.	1,9	1,19

1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5 Tamamen Katılıyorum

En düşük ortalama alan dört ifadenin de aslında Gastronomi Turizmi'nin yöre halkı tarafından olumsuz algılanmadığı anlamlarla yüklü olduğu söylenebilir. Özlüce Kastamonu Halkı'nın Gastronomi Turizmi karşısında olumlu bir tutum içerisinde oldukları ifade edilebilir. Araştırmada ayrıca tanımayan tanıtamaz ilkesinden hareketle katılımcılara Kastamonu ile özdeşleşmiş bazı gıda ürünlerini ve yöresel yemekleri tanıyıp tanımadıkları soruları da yöneltilmiştir.

Elde edilen bulgular katılımcıların Kastamonu'ya ait gıda ürünleri ve yöresel yemekleri tanıma hususunda çok da başarılı olmadıklarını ortaya koymuştur.

Tablo 3: Katılımcıların Kastamonu Ait Ürünler Hakkında Bilgi Düzeyi

Katılımcıların Kastamonu'ya Ait Ürünler Hakkında Bilgi düzeyi		\bar{X}	S.S.
Ürün 1	Üryani Eriği	2,75	1,626
Ürün 2	Taşköprü Sarımsağı	4,59	0,834
Ürün 3	İnebolu Kestanesi	3,55	1,453
Ürün 4	İnebolu Kirazı	3,08	1,516
Ürün 5	Azdavay Armudu	2,85	1,523
Ürün 6	Tosya Pirinci	4,45	1,085
Ürün 7	Araç Ceviz Ve Kızılcığı	3,13	1,565

1= Hiç Bilmiyorum, 2= Bilmiyorum, 3= Kısmen Biliyorum, 4= Biliyorum, 5= Çok İyi Biliyorum

Tablo 3. Kastamonu'nun simgesi gıda ürünlerinin katılımcılarca ne ölçüde tanındığını yansıtmaktadır. Katılımcıların Taşköprü Sarımsağı'nı tanıma oranlarının 5'li Likert ölçeği üzerinden 4,59 ortalama ile en yüksek düzeyde olduğu bulgulanmıştır. Taşköprü Sarımsağı'nı 4,45 ortalama ile Tosya Pirinci izlemiştir. Diğer yandan Üryani Eriği'nin tanınma ortalaması 2,75 değeri ile en düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Yemekler Hakkındaki Bilgi Düzeyi

Katılımcıların Yemekler Hakkındaki Bilme Düzeyleri		\bar{X}	S.S.
Yemek 1	Taşköprü Püryanı	2,84	1,673
Yemek 2	Daday Etli Ekmeği	4,6	0,888
Yemek 3	Şen Pazarı Cırığı	3,29	1,633
Yemek 4	Cide Ceviz Helvası	3,24	1,556
Yemek 5	Tosya Keşkeği	3,9	1,432
Yemek 6	Bozkurt Cöbüsü	2,74	1,596
Yemek 7	Devrekâni Banduması	3,64	1,535
Yemek 8	Azdavay Soğan Dolması	2,67	1,582

1= Hiç Bilmiyorum, 2= Bilmiyorum, 3= Kısmen Bilmiyorum, 4= Bilmiyorum, 5= Çok İyi Bilmiyorum

Katılımcıların Kastamonu Yöresel Yemekleri'ni bilme/tanıma hususundaki sorulara elde edilen yanıtlar Tablo. 4'te verilmiştir. Elde edilen bulgular Kastamonu Halkı'nın yaşamış oldukları şehirle özdeş önemli bazı yöresel yemekleri yeterince tanımadıklarını ortaya koymuştur. En tanınan yemek 4,6 ortalama ile Daday Etli Ekmeği olur iken, en az tanınan ise 2,67 ortalama ile Aydavay Soğan Dolması olmuştur.

Tablo 5: Katılımcıların Yöresel Yemek ve Lezzetleri Beğenme Dereceleri

Kastamonu'ya Ait Yöresel Yemek Ve Ürünleri Beğenme Dereceleri	\bar{X}	S.S.
Lezzet	4,26	1,01
Yağ/Şeker Miktarı	3,73	1,266
Görünüş	4,14	1,022
Doyuruculuk	4,32	0,916
Çeşit	4,05	1,151
Besin Değeri	4,15	0,999
Kalite	4,17	0,992
Hijyen	3,95	1,202

1= Hiç Beğenmiyorum, 2= Beğenmiyorum, 3= Ne Beğeniyorum Ne Beğenmiyorum, 4=Beğeniyorum, 5= Çok Beğeniyorum

Katılımcıların Kastamonu'ya ait yöresel yemek ve ürünleri beğenme hususunda yöneltilen ifadelerine verdikleri yanıtlar Tablo 5.'te verilmiştir. Katılımcıların yanıtlarından hesaplanan ortalamalarda en yüksek değeri 4,32 ile Doayuruculuk özelliğinin aldığı görülmektedir. En düşük değer ise 3,73 ortalama ile Yağ/Şeker miktarı seçeneği için hesaplanan ortalama değerdir.

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm etkinliklerinin ülke, bölge ve/ya turistik varış noktalarına sağlamış olduğu ekonomik kazanımlar önemli yapısal sorunların aşılmasında güvenilir bir çıkış noktası olarak değerlendirilmektedir. Turizmin bu niteliği turizm etkinliklerinin gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler için olduğu ölçüde son yıllarda gelişmiş ülkelerin de ana gündeminde yer bulması sonucunu doğurmuştur. Bununla birlikte turizmden elde edilen ekonomik yararların en büyüklenebilmesi için turist kabul eden ülke, bölge ve/ya turistik varış noktasında yaşayan bireylerin turiste ve turizme

yönelik olumlu bir tutum içerisinde olmaları gerektiğine inanılmaktadır (Karakaş ve Şengün, 2016; Türkmen ve Dönmez; Yoon vd., 2001; Aas, Ladkin ve Fletcher, 2005).

Bu çalışmada ilgili yazından hareketle Kastamonu Halkı'nın Gastronomi Turizmi konusundaki tutum, farkındalık (bilme/tanıma), yöresel yemek ve gıdaları beğenme durumları tespit edilmek istenmiş ve bir alan araştırması yürütülmüştür. Çalışma kolayda, yargısal ve gönüllülük yaklaşımlarının birlikte uygulandığı çok düzeyli örnekleme yaklaşımıyla belirlenen 384 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma sonuçları Kastamonu Halkı'nın Kastamonu ile özdeşleşmiş yöresel yemeklerden Daday Etli Ekmeği, Tosya Keşkeği ve Devrekâni Banduması'nı yeterince bildikleri saptanmıştır. Buna karşın katılımcıların Taşköprü Püryanı, Şen Pazar Cırığı, Cide Ceviz Helvası, Bozkurt Cöbüsü ve Azdavay Soğan Dolması'nı yeterince bilmediklerini ortaya konmuştur.

Araştırmada ayrıca yöre halkının Kastamonu'nun simgesi bazı gıda maddeleri ve yöresel yemekleri ile ilgili farkındalıkları da ölçülmek istenmiştir. Araştırma bulguları Taşköprü Sarımsağı ve Tosya Pirinci'nin iyi bilindiğini ortaya koymuştur. Buna karşın katılımcıların Üryani Eriği, İnebolu Kestanesi, İnebolu Kirazı, Azdavay Armudu ve Araç Ceviz ve Kızılcığı gıda maddelerini yeterince bilmedikleri bulgulanmıştır.

Katılımcıların Kastamonu'ya ait gıda ve yöresel yemekleri beğenme düzeyleri araştırmada yanıtı aranan bir diğer sorudur. Elde edilen bulgular yöresel yemek ve gıdaların lezzet, görünüş, doyuruculuk, çeşit, besin değeri, hijyen, ve kalite kıstasları açısından çok beğenildiklerini ortaya koymuştur. Yağ/şeker Miktarı'nın beğenilme düzeyi düşük bulgulanmıştır. Genel sonuç olarak; yöre halkının *Gastronomi Turizmi* konusunda farkındalığın düşük fakat gastronomi turizmin gelişmesi için olumlu bir tutum içerisinde oldukları saptanmıştır.

Elde edilen bulgular ve sonuçlar doğrultusunda şu öneriler sıralanabilir;

- Kastamonu Halkı'nın Gastronomi Turizmi hakkında yeterince bilgi sahibi olmadığı saptanmış olup, Gastronomi Turizmi'nin Kastamonu Halkı'na tanıtılması, gerekli olması halinde çeşitli seminer ve konferanslar düzenlenmesi önerilmektedir.
- Kastamonu Halkı'na tanıyasın ki tanıtılabilesin gerçeğinden hareketle kendi yemeklerini ve ürünlerini tanıtmak için il çapında çeşitli etkinlikler düzenlenmelidir.
- Sürdürülebilir bir Gastronomi Turizmi için Kastamonu'da etkinlik gösteren restoranlar, kafeler ve yiyecek-içecek işletmeleri ve benzerlerine yemeklerin kalitesini arttırmak için eğitimler verilmelidir.
- Kastamonu'da Gastronomi Turizmi'nin geliştirilmesi için yetkili makamlar ve kişilerin yardımlarıyla reklam ve tanıtımı için çalışmalar yapılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Akman, A.D., (2007). Turizm Gelişmesinin Yarattığı Doğal Ve Kültürel Değişimler: Kaş Örneği, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Avcı, M. ve Şahin, İ. (2014). Geleneksel Kastamonu Mutfağı Ve Yemek Kültürü, KSBD, Karadeniz Özel Sayısı Bahar, y.6, s. 31-56.
- Baykan, (2007). Turizmin Yerel Kültür Üzerindeki Etkilerinin Yöre Halkı Tarafından Algılanması: Ürgüp Yöresine Yönelik Bir Uygulama, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Baysan, S. (2002). "Didim kıyı alanı örneğinde turizmin çevresel etkileri konusunda yerli halkın tutumları". *Türkiye'nin Kıyı ve Deniz Alanları IV. Ulusal Konferansı*, Bildiriler Kitabı, 599-608, Ankara.
- Carmichael B. A. (2000). "A matrix model for resident attitudes and behaviours in a rapidly changing tourist area". *Tourism Management*. 21, 601-611.
- Chaney ve Ryan, (2012). Analyzing the evolution of Singapore's world gourmet summit: An example of gastronomic tourism. *International Journal of Hospitality Management* (31), 309– 318.
- Çalışkan, U. ve Tütüncü, Ö., (2008). "Turizmin Yerel Halk Üzerindeki Etkileri Ve Kuşadası İlçesi Uygulaması", IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi Kitapçığı, ss:127-148, 23–27 Nisan 2008, Belek, Antalya.
- Çeken, H. (2016). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.

- Çetin, T. (2009). Beypazarı'nda Turist-Yerli Halk Etkileşimi ve Turizmin Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Etkileri, *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, IX(1), 15-32.
- Dilek, S. E., Çoban, Ö., & Harman, S. (2008). Hasankeyf Halkının Turizmin Gelişimine Yönelik Tutumu, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(2), 59-72.
- Doğan, H., & Üngüren, E. (2010). Alanya Halkının Turizme Sosyo-Kültürel Açından Bakışı. *NWSA e-Journal of New World Sciences Academy*, 5(4), 396-415.
- Durlu-Özkaya, F. Ve Can, A. (2012). Gastronomi Turizminin Destinasyon Pazarlamasına Etkisi. *Türk Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Dergisi*, Temmuz-Ağustos, Sayı: 206.
- Erdoğan, A. (2008). *Kastamonu Folkloru 2*, Kastamonu: Sözcü Gazetesi Yayınları.
- Eren, S. (2007). Türk Mutfağı ve Haccp Sistemi Mutfak Profesyonellerinin Haccp Bilgilerinin Ölçülmesi, I. Ulusal Gastronomi Sempozyumu, 10-11 Nisan, Antalya, Türkiye.
- Freedman, P. (2008). *Yemek Damak Tadının Tarihi*. Oğlak Yayınları, İstanbul.
- Gümüş, N., ve Özüpekçe, S. (2009). Foça'da turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerine yönelik yerel halkın görüşleri. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 398-417.
- Hall, M. ve Mitchell, R. (2000). Wine tourism in the Mediterranean: a tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42, 4, 445- 465.
- Hernandez, S. A., Cohen, J., & Garcia, H. L. (1996). Residents' attitudes towards an instant resort enclave. *Annals of tourism research*, 23(4), 755-779.
- Hillel, D., Belhassen, Y. & Shani, A. (2013). "What makes a gastronomic destination attractive? Evidence from the Israeli Negev." *Tourism Management*, 36, 200-209.
- <http://www.aybastikabataskurultayi.com/web/wp-content/uploads/2010/05/10-aybasti-kabatas-kurultayi.pdf> s. 29.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara, Asil Yayınevi.
- Kaltenborn B. P., Andersen O., Nellemann C., Bjerke T. ve Thrane C. (2008). "Resident attitudes towards mountain second-home tourism development in Norway: The effects of environmental attitudes", *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (6), 664-680.
- Karakaş, A. ve Şengün, H. İ. (2016). Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları, 2nd International Congress on Economics and Business, 30 May-03 June, Sarajevo, 183-202.
- Kastamonu Güncel. (2017). İşte Kastamonu'nun Nüfusu, <https://www.kastamonuguncel.com/gundem/iste-kastamonu-nun-nufusu-h16561.html>, Erişim tarihi 16 Mayıs 2017.
- Küçükaltan, G. (2009). Küreselleşme Sürecinde Gastronomide Yöresel Tatların Turistlerin Destinasyon Tercihlerine ve Ülke Ekonomilerine Etkileri, 3. Ulusal Gastronomi Sempozyumu Bildirisi, Alanya, 17-18 Nisan.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*: University Press of Kentucky.
- Mason, P. ve Cheyne, J. (2000). "Residents' attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27 (2), 391 – 411.
- Olalı, H. Ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık*, İzmir.
- Özmen, M., (2007). *Turizmin Sosyo-Kültürel Etkiler Akçakoca Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Raymond C. ve Brown G. (2007). "A spatial method for assessing resident and visitor attitudes towards tourism growth and development". *Journal of Sustainable Tourism*, 15 (5), 520-540.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Research methods for business: A skill building approach* (5th ed.). New York, NY: John Wiley & Sons Ltd.
- Smith M. D. ve Krannich R. S. (1998). "Tourism dependence and resident attitudes", *Annals of Tourism Research*, 25 (4), 783 – 802.
- Şahin, G. G. ve Ünver, G. (2015). Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak "Gastronomi Turizmi: İstanbul'un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma, *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies* 3/2 63-73.
- Şimşek, A. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (Ed. Ali Şimşek), Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 2653.
- Tayfun, A., & Kılıçlar, A. (2004). Turizmin sosyal etkileri ve yerli halkın turiste bakışı. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 1-17.
- Teye, V., Sönmez, S. F. ve Sırakaya, E. (2002). "Residents' attitudes towards tourism development", *Annals of Tourism Research*, 29, (3), 668-688.
- Türkmen, F. Ve Dönmez, Y. (2015). Korunan Alanların Turizme Açılmasına İlişkin Yerel Halkın Görüşleri (Yenice Örneği) *Karabük Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 189-204
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve spss ile veri analizi*. Ankara, 2. Baskı.

- Uslu, A. ve Kiper, T., (2006). “Turizmin Kültürel Miras Üzerine Etkileri: Beypazarı/Ankara Örneğinde Yerel Halkın Farkındalığı”, *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 3(3): 305-314.
- Üner, E. H. (2014). Her Şey Dâhil Sistemde Türkiye Gastronomi Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, ss.14- 24.
- Yoon, Y., Gursoy, D., and Chen, J. S. (2001). Validating a Tourism Development Theory with Structural Equation Modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.
- Yun, D., Hennessey, S. M., ve MacDonald, R. (2011). Understanding Culinary Tourists: Segmentations based on Past Culinary Experiences and Attitudes toward Foodrelated Behaviour. Paper presented at the International CHRIE Conference-Refereed Track.
- Yüncü, H.R.(2010). Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi ve Perşembe Yaylası. 10. Aybastı Kurultayı, Ankara.
- Zhang J., Inbakaran R. J. ve Jackson M. S. (2006). “Understanding community attitudes towards tourism and host-guest interaction in the urban-rural border region”, *Tourism Geographies*, 8 (2).

SONUÇ BİLDİRGESİ ÖZETİ

23-25 Kasım 2017 tarihleri arasında Kastamonu Üniversitesi Turizm Fakültesi tarafından düzenlenen, Kastamonu için de önem arz eden bu kongreye, Türkiye'deki birçok akademisyenin yanı sıra Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Filipinler, Malezya, Madagaskar, Pakistan ve Moritanya olmak üzere 8 ülkeden katılım sağlandı.

Kongre, yerel yönetimler paneli, bilimsel oturumlar, kapanış paneli ve sosyal program olmak üzere dört kısımdan oluştu.

23 Kasım 2017 Perşembe günü saat 09:00'daki protokol konuşmalarından hemen sonra Gazi Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Muharrem TUNA'nın oturum başkanlığında gerçekleşen **“Yerel Yönetimler ve Sürdürülebilir Turizm Paneli”**nde Nevşehir Ürgüp Belediye Başkanı Fahri YILDIZ **“Kültür Turizmi ve Sürdürülebilirlik”** temalı konuşmasını; İzmir Urla Belediye Başkanı Sibel UYAR **“Gastronomi Turizmi ve Sürdürülebilirlik”** konusundaki görüşlerini; K.K.T.C. Güzelyurt Belediye Başkanı Mahmut ÖZÇINAR ise **“Kent Turizmi ve Sürdürülebilirlik”** başlıklı sunumunu katılımcılara aktardı.

Açılış panelinden sonra, dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen, çoğunluğunu akademisyenlerin oluşturduğu 110 katılımcı, **“Sürdürülebilir Turizm”** ile ilgili akademik çalışmalarını 2 gün boyunca Kastamonu Üniversitesi Bilgehan Bilgili Kütüphanesi'nde dinleyicilerle paylaştı. Ardından, İstanbul Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER ve Selçuk Üniversitesi Öğretim Üyesi Doç. Dr. Gül GÜNEŞ tarafından yürütülen kapanış oturumunda kongrenin sonuç bildirgesi sunuldu ve sonrasında ise kongrenin 2. günü gala yemeğiyle son buldu. Kongrenin son günü olan 25 Kasım 2017 tarihinde katılımcılar sosyal program dâhilinde Kastamonu'nun görülmeye değer eşsiz güzellikleriyle buluştu.

Kongrede, Destinasyonlar ve Sürdürülebilir Turizm ve Destinasyonlar ve Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği başta olmak üzere;

- Sürdürülebilir Turizmde Uluslararası Yaklaşımlar
- Koruma Alanları ve Sürdürülebilirlik
- Gastronomi Turizmi ve Sürdürülebilirlik
- Sürdürülebilir Turizm ve Eğitim
- Turizm Politikaları ve Sürdürülebilirlik
- Konaklama Sektörü ve Sürdürülebilirlik,

başlıkları altında 24 ayrı bilimsel oturumda katılımcılar sunumlarını gerçekleştirdiler.

Akabinde, kongrede tartışılan konular sonucunda genel anlamda:

- Tarihi yapı ve binalara çağdaş fonksiyonlar yüklenerek koruma kullanma dengesinde işletilmesi,
- Türkiye'nin turizm potansiyelinin ortaya konmasının önemi örneğin; mağaraların eko turizm açısından değerlendirilmesi,
- Türkiye gibi gelişmekte olan destinasyonlar için inanç turizmi, kültür turizmi, sağlık turizmi, gastronomi turizmi gibi farklı turizm türlerinin geliştirilmesi,
- Turizm gelişiminin yerel halkın da dâhil olacağı tüm paydaşların katkı sağlayacağı katılımcı bir anlayışla ele alınması gerektiği,

- Turistik destinasyonlara erişilebilirliğin sağlanması, engelli bireylere yönelik düzenlemelere gidilmesi,
- Türkiye açısından gastronomi turizminin geliştirilmesi, bu esnada tescillendirme, coğrafi işaret, standartlaşma gibi faktörlerin önemsenmesi,
- Eko köylerin turizm kaynağı olarak değerlendirilmesinin sektöre yeni bir bakış açısı ve kaynak sağlamaı,
- Konaklama tesislerinin sürdürülebilir turizm açısından değerlendirilmesi,

gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Sonuç olarak turizm endüstrisi kapsamında üzerinde önemle durulması gereken sürdürülebilir turizm kavramını daha da anlamlandırmak amacıyla düzenlenen 1.Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresi, bu alanda değişen koşullar ve fırsatlarla ilgili olarak sahadaki uzman ve lider bireylerle yakın ilişkilerin inşa edildiği ve konu hakkında birikimlerin aktarıldığı, tartışıldığı ve önemli sonuç ve kararların ortaya çıktığı son derece verimli bilimsel bir etkinlik olmuştur. Bu kongrenin gerçekleşmesinde emeği geçen herkese teşekkürlerimizi sunar, Gümüşhane Üniversitesi Turizm Fakültesi ev sahipliğinde tertip edilecek olan 2.Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Kongresini teşriflerinizi bekleriz.

Kongre Yürütme Kurulu