

MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İKTİSAT ANABİLİM DALI

**SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM UYGULAMALARININ TURİZM TALEBİ ÜZERİNE
ETKİLERİ: MUĞLA ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN: NUR ÇELİK

DANIŞMAN: PROF. DR. OZAN BAHAR

AĞUSTOS, 2014

MUĞLA

T.C.
MUĞLA SITKI KOÇMAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM UYGULAMALARININ TURİZM TALEBİ ÜZERİNE
ETKİLERİ: MUĞLA ÖRNEĞİ

NUR ÇELİK

Sosyal Bilimler Enstitüsünce
“Yüksek Lisans”
Diploması Verilmesi İçin Kabul Edilen Tezdir.

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 22.08.2014
Tezin Sözlü Savunma Tarihi: 23.07.2014

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ozan BAHAR
Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Mehmet AVCI
Jüri Üyesi: Yrd. Doç. Dr. Hatice Hicret ÖZKOÇ

Enstitü Müdürü: Yrd. Doç. Dr. Aytekin FIRAT

AĞUSTOS, 2014
MUĞLA

TUTANAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün 09/07/2014 tarih ve 639/2 sayılı toplantısında oluşturulan jüri, Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 24/6 maddesine göre, İktisat Anabilim Dalı Yüksek lisans öğrencisi Nur Çelik'in "Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği" adlı tezini incelemiş ve aday 23/07/2014 tarihinde saat 14:00'da jüri önünde tez savunmasına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini savunmasından sonra 60 dakikalık süre içinde gerek tez konusu, gerekse tezin dayanağı olan anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin kabul edildiğine oybirliği ile karar verildi.



Tez Danışmanı

Prof. Dr. Ozan BAHAR

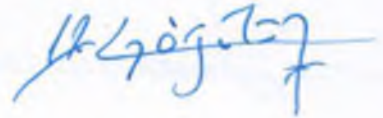
Üye

Yrd. Doç. Dr. Mehmet AVCI



Üye

Yrd. Doç. Dr. Hatice Hicret ÖZKOÇ



YEMİN

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

22/08/2014

Nur ÇELİK

YÜKSEKÖĞRETİM KURULU DOKÜMANTASYON MERKEZİ
TEZ VERİ GİRİŞ FORMU

YAZARIN

MERKEZİMİZCE DOLDURULACAKTIR.

Soyadı : Çelik

Adı : Nur

Kayıt No:

TEZİN ADI

Türkçe : Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği

Y. Dil : The Effect of Sustainable Tourism Practices on Tourism Demand: The Case of Muğla

TEZİN TÜRÜ: Yüksek Lisans

Doktora

Sanatta Yeterlilik

●

○

○

TEZİN KABUL EDİLDİĞİ

Üniversite : Muğla Üniversitesi

Fakülte : İktisadi ve İdari Bilimler

Enstitü : Sosyal Bilimler Enstitüsü

Diğer Kuruluşlar :

Tarih : 22.08.2014

TEZ YAYINLANMIŞSA

Yayınlayan :

Basım Yeri :

Basım Tarihi :

ISBN :

TEZ YÖNETİCİSİNİN

Soyadı, Adı : Ozan BAHAR

Ünvanı : Prof. Dr.

TEZİN KONUSU (KONULARI) :

1. Sürdürülebilir Turizm
2. Sürdürülebilir Turizm Talebi
3. Sürdürülebilir Turizm ve Ekonomi İlişkisi
4. Sürdürülebilir Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

TÜRKÇE ANAHTAR KELİMELER:

1. Sürdürülebilirlik
2. Sürdürülebilir Turizm
3. Sürdürülebilir Turizm Talebi
4. Turizm Talebi
5. Sosyal Medya
6. Eko-Etiket

Başka vereceğiniz anahtar kelimeler varsa lütfen yazınız.

İNGİLİZCE ANAHTAR KELİMELER: Konunuzla ilgili yabancı indeks, abstract ve thesaurus'u kullanınız.

1. Sustainability
2. Sustainable Tourism
3. Sustainable Tourism Demand
4. Tourism Demand
5. Social Media
6. Eco-Label

Başka vereceğiniz anahtar kelimeler varsa lütfen yazınız.

- | | |
|---|----------------------------------|
| 1- Tezinden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum | <input type="radio"/> |
| 2- Tezinden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir | <input type="radio"/> |
| 3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezin tamamının fotokopisi alınabilir | <input checked="" type="radio"/> |

Yazarın İmzası :



Tarih : 22/08/2014

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM UYGULAMALARININ TURİZM TALEBİ ÜZERİNE ETKİLERİ: MUĞLA ÖRNEĞİ

ÖZET

Turizm sektörü hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomik, kültürel ve sosyal kalkınmasına büyük katkı sağlamaktadır. Ancak uzun bir süre turizmin sadece ekonomik etkilerinin üzerinde durulması negatif etkilerinin göz ardı edilmesine neden olmuştur. Bu noktada sürdürülebilirlik kavramı gündeme gelmiş ve son yıllarda en çok tartışılan konulardan biri olmuştur. Turizm sektöründe artan rekabet ve talepteki değişiklikler başta konaklama işletmeleri olmak üzere sektörün genelinde sürdürülebilir turizmi bir zorunluluk haline getirmiştir.

Buradan hareketle yapılacak çalışmanın nihai amacı, yabancı ziyaretçilerin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının ölçülmesi ve sürdürülebilir turizmin konaklama ve destinasyon seçiminde talebi ne düzeyde etkilediğinin belirlenmesidir. Anket tekniğine dayalı alan araştırmasından oluşan bu çalışmada öncelikle sürdürülebilir turizm ve turizm talebi arasındaki ilişkiye yönelik ilgili literatür ortaya konulduktan sonra dünyadaki sürdürülebilir turizme yönelik örnekler ele alınmıştır. Daha sonra çalışma kapsamında Dalaman Havalimanı ile Muğla il genelinde en önemli turistik çekim merkezleri olan Bodrum, Fethiye, Köyceğiz, Marmaris, Dalyan ve Sarıgerme’de 800 yabancı turiste anket uygulanmış ve 600 veri elde edilmiştir. SPSS 21.1 paket programı kullanılarak sürdürülebilir turizm talebini etkilediği düşünülen faktörlerin analizi yapılmış ve anket sonuçlarının frekans dağılımları hesap edilmiştir.

Elde edilen analiz sonuçlarından, eko turizm, kültürel ve doğal mirasın korunması, yavaş şehir, eko-etiket, işletmenin arz yapısı ve rekabet gücünün sürdürülebilir turizm talebini etkilediği gözlenmiştir. Bununla birlikte yabancı ziyaretçilerin %77.6’sı sürdürülebilir turizm sunan işletmeleri diğer işletmelere göre tercih edeceklerini ve %54.3’ü ise sürdürülebilir turizm ürünü sunan işletmeye daha fazla ücret ödemeye gönüllü olacaklarını ifade etmişlerdir. Benzer şekilde her zaman fiyat odaklı turizm anlayışı sergilemenin doğru olmadığını, sürdürülebilir ürün

kullanan ve bu konuya gerçek anlamda 3nem veren destinasyon ve konaklama işletmelerini tercih etme olasılıklarının y3ksek olduğunu belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: S3rd3r3lebilirlik, S3rd3r3lebilir turizm, S3rd3r3lebilir turizm talebi, Turizm talebi, Sosyal medya, Eko-etiket

THE EFFECTS OF SUSTAINABLE TOURISM PRACTICES ON TOURISM DEMAND: THE CASE OF MUĞLA

ABSTRACT

The tourism sector contributes significantly to the economic, cultural and social development of both developing and developed countries. However, for a relatively long period of time, tourism has been mainly considered in terms of its economic effects, which has lead many to overlook its actual and associated negative impacts. Issues relating to the negative impacts of tourism have engendered the concept of sustainability in tourism, which has become an extensively discussed subject in recent years. Increasing competition and changes in demand within the tourism sector, especially with respect to accommodation services, have made sustainable tourism practices indispensable for the sector in general.

The main purpose of this study, which was conducted based on the survey technique, was to assess the attitude of foreign visitors towards sustainable tourism, and to determine the extent to which sustainable tourism affected their choice of destination and accommodation. This study first reviewed the current literature regarding the relationship between sustainable tourism and tourism demand, and then provided examples relating to sustainable tourism from across the world. Following this, a survey was administered to 800 foreign tourists at the Dalaman Airport and at the most important tourist attraction centers of the Muğla Province, which are Bodrum, Fethiye, Köyceğiz, Marmaris, Dalyan and Sarıgerme. A total of 600 data was obtained during the study. Factors that were assumed to affect the demand for sustainable tourism were analyzed using the SPSS 21.1 package program, and the frequency distribution of the survey results were calculated.

The analysis of the obtained data demonstrated that eco-tourism, the protection of cultural and natural heritage, eco-labels, the supply structure and competitive strength of businesses, and slow cities affected the demand for sustainable tourism. In addition to this, 77.6% of foreign visitors expressed that they would prefer businesses that engage in sustainable tourism over businesses that do

not, while 54.3% expressed that they would be willing to spend more for businesses that provide sustainable tourism products. These foreign visitors similarly expressed that focusing exclusively on prices is not appropriate approach for tourism, and that there is greater likelihood that they would prefer destinations and accommodations that use sustainable products and which attach particular importance to the subject of sustainable tourism.

Key words: Sustainability, Sustainable tourism, Sustainable tourism demand, Tourism demand, Social media, Eco-label.

ÖNSÖZ

Bu çalışma ile Türkiye ekonomisi için en önemli gelir kaynaklarından biri olan turizm sektörünün, 1987 yılında yayınlanan Ortak Geleceğimiz adlı raporda belirtilen sürdürülebilir turizm kavramı doğrultusunda sürdürülebilir turizmin, turizm talebi üzerindeki etkisini ortaya koymak amaçlanmıştır. Dünyada turizme katılan kişilerin sayısı her geçen gün artmaktadır ve bu sektör yenilenemeyen kaynakların önemli bir kullanıcısı durumundadır. Bu noktada sürdürülebilir turizm, turizm endüstrisinin her geçen gün artan negatif etkilerini en aza indirmeyi hedeflemektir. Bu bağlamda söz konusu araştırma eko-turizm, yavaş turizm, gönüllü turizm gibi turizm pazarının çeşitlendirilmesine katkı sağlamak, bununla birlikte sürdürülebilir turizme yönelik yapılacak politika uygulamalarına yol gösterici olmak amacıyla yapılmıştır. Buna ilave olarak da bu konuda yapılmış ulusal ve uluslararası çalışma olmamasından dolayı turizm literatüründe, sürdürülebilir turizm talebi ile ilgili bilimsel veri eksikliğinin giderilmesi amaçlanmıştır.

Çalışma konusunun belirlenmesinden tezin bitimine kadar geçen sürede desteklerini benden esirmeyen kendisi ile çalışmaktan büyük gurur duyduğum danışmanın Prof. Dr. Ozan BAHAR'a sonsuz teşekkür ederim. Hayatım boyunca kendisini örnek almaya ve bilgi birikiminden yararlanmaya devam edeceğim. Çalışmanın analiz aşamasında değerli fikirlerinden yararlandığım Yrd. Doç. Dr. Hatice ÖZKOÇ'a, yapıcı eleştirileri ve görüşleri ile beni her zaman destekleyen Okutman Yeşim ARICI, Yrd. Doç. Dr. Mehmet AVCI, Prof. Dr. A. Çiğdem KÖNE ve Yrd. Doç. Dr. Nursen Vatansever Deviren'e, anketlerin uygulanması aşamasında bana gerekli yardımı sağlayan Muğla Valiliği Özel Kalem Müdürü Sayın Baki Gencel'e, bir zamanlar birlikte çalıştığım ve çalışmaktan büyük keyif aldığım Ön Büro Müdürümüz Fahri EREN'e, eğitimimde bu noktalara gelmemde yardımcı olan tüm hocalarıma teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak, her zaman yanımda olan annem Gülseren ÇELİK'e, babam Muhlis ÇELİK ve kardeşim Aynur ÇELİK'e ne kadar teşekkür etsem azdır. Maddi destekleri ile araştırmamda önemli bir açığı kapatmama yardımcı olan Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Başkanlığına ve değerli personeline, sevgi ve desteklerini benden esirmeyen arkadaşlarıma ve akrabalarıma

çok teŖekkür ederim. alıŖmamın Türkiye ve Muğla turizmine faydalı olmasını dilerim.

Muğla, Temmuz 2014

NUR ÇELİK

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ	I
İÇİNDEKİLER	III
TABLolar LİSTESİ	VII
ŞEKİLLER LİSTESİ	VIII
KISALTMALAR LİSTESİ	VIII
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAM VE POLİTAKALAR

I. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı	3
A. Sürdürülebilir Kalkınmanın Gelişim Süreci	4
II. Sürdürülebilir Turizm Kavramı	10
III. Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi	12
A. Sürdürülebilir Turizmin Hedefleri	14
B. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri	16
C. Sürdürülebilir Turizm Araçları	19
1. Taşıma Kapasitesi	20
2. Çevresel Etki Değerlemesi	23
3. Ekolojik Ayak İzi Hesaplaması	25
IV. Sürdürülebilir Turizm ve Ekonomi	27

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM TALEBİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLİŞKİSİ

I. Turizm Talebinin Tanımı, Önemi ve Özellikleri	35
II. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler	38
A. Ekonomik Faktörler	38
1. Turistik Ürün ve Hizmet Fiyatları	39
2. Gelir Dağılımı ve Harcanabilir Gelir	40
3. Nispi Döviz Kurları	40

4. Uzaklık	41
5. Tanıtım ve Reklam	41
B. Toplumsal ve Demografik Faktörler	42
1. Moda, Zevk ve Alışkanlıklar	42
2. Yaş, Cinsiyet ve Aile Yapısı	43
3. Boş Zaman	44
4. Meslek	44
5. Kültür ve Eğitim Düzeyi	45
C. Diğer Faktörler	45
III. Sürdürülebilir Turizm Talebini Etkileyen Faktörler	47
A. Eko-Turizm	47
B. Eko-Etiket (Eko Sertifikasyon)	49
1. Avrupa Birliği Eko-Etiketi (EU Ecolabel)	52
2. Travelife (Sürdürülebilir Turizm Sertifikası)	53
3. Beyaz Yıldız	54
4. Yeşil Yıldız	56
5. Mavi Bayrak	58
C. Cittaslow (Sakin Şehir)	61
D. İklim ve Hava	64
E. Kültürel Miras	65
F. Doğal Miras	68
G. İşletmenin Arz Yapısı	69
H. Rekabet Gücü	74
IV. Sürdürülebilir Turizme Yönelik Örnekler	77
A. Otel Örneği: Fairmont Chateau Whistler Resort	78
B. Otel Örneği: Kimpton Hotels	80
C. Ülke Örneği: Kıbrıs Agroturizm Projesi	82
1. Proje Kapsamı	83
2. Hedef ve Stratejiler	83
3. Proje Finansmanı ve Fonlar	83
4. Projenin Sürdürülebilir Boyutu	84
5. Projenin Sonuçları	85
6. Yararlar ve Değerlendirme	85
7. Faaliyetleri Denetlemek	86
D. Diğer Örnekler	86

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE TURİZM TALEBİ ÜZERİNE BİR ALAN
ARAŞTIRMASI

I. Araştırmanın Amacı ve Önemi	88
II. Araştırmanın Yöntemi	91

III. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	92
A. Anket Formlarının Hazırlanması.....	93
B. Pilot Uygulama	94
C. Veri Toplama.....	94
D. Bölge ve Örneklem Büyüklüğünün Seçimi.....	95
IV. Verilerin Analizi	96
A. Anket Sonuçlarının Değerlendirilmesi.....	97
B. Faktör Analizi Sonuçları	105
C. Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi	109
D. Literatüre Katkılar	115
V. Sonuç ve Öneriler.....	116
KAYNAKÇA	121
EKLER.....	129

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1	: Çevre Temalı Uluslararası Konferans ve Müzakereler.....	8
Tablo 1.2	: Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tanımlamalar.....	11
Tablo 1.3	: Sürdürülebilir Turizmin 12 Hedefi.....	15
Tablo 1.4	: Taşıma Kapasitesi Türleri.....	20
Tablo 1.5	: Elba Adası Taşıma Kapasitesi Örneği.....	22
Tablo 1.6	: Ekolojik ve Neo-klasik İktisat Arasındaki Farklılık.....	32
Tablo 2.1	: Kötü Tahmin Sonuçları ve Tutarlı Talep Tahminlerini Kullanımının Karşılaştırılması.....	46
Tablo 2.2	: Turizmde Eko-etiketlemenin Piyasa İşleyişi.....	50
Tablo 2.3	: Muğla Bölgesinde Travelife Sertifikasına Sahip Olan Oteller.....	53
Tablo 2.4	: Beyaz Yıldız Sertifikasına Sahip Olan Oteller.....	58
Tablo 2.5	: Türkiye 2014 Yılı Mavi Bayrak Dağılımı.....	61
Tablo 2.6	: Kimpton Otellerin Sürdürülebilir Turizme Yönelik Tutumları.....	81
Tablo 3.1	: Muğla İline Gelen Yabancı Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı (2010-2013).....	95
Tablo 3.2	: Ankete Katılan Deneklerin Milliyetlere Göre Dağılımı.....	97
Tablo 3.3	: Ankete Katılan Deneklerin Demografik Özellikleri.....	98
Tablo 3.4	: Ankete Katılan Deneklerin Mesleğe Göre Dağılımı.....	99
Tablo 3.5	: Ankete Katılan Deneklerin Konaklama Tipine Göre Dağılımı.....	100
Tablo 3.6	: Ankete Katılan Deneklerin Ortalama Geceleme Süresi.....	100
Tablo 3.7	: Ankete Katılan Deneklerin Rezervasyon Kanalına Göre Dağılımı.....	101
Tablo 3.8	: Ankete Katılan Deneklerin Sosyal Medya Kullanım Oranı.....	101
Tablo 3.9	: Ankete Katılan Deneklerin Sürdürülebilir Turizm İle İlgili Talebi Etkileyen Değişkenlere Verdikleri Cevapların Dağılımı.....	102
Tablo 3.10	: Ankete Katılan Deneklerin Sürdürülebilir Turizm Talebine Yönelik Verdiği Yanıtlar.....	104
Tablo 3.11	: Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Sürdürülebilir Turizm Ürününe Rezervasyon Yaptırma Durumları.....	105
Tablo 3.12	: Faktörlerin Özdeğerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri.....	106
Tablo 3.13	: Faktör Analizi Sonucu Temel Değişkenlerin Adlandırılması.....	107
Tablo 3.14	: Faktör Ortalamaları.....	109

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1	: Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları.....	4
Şekil 1.2	: Çevresel Kuznetz Eğrisi.....	33
Şekil 2.1	: Avrupa Birliği Eko Etiketleri.....	52
Şekil 2.2	: Beyaz Yıldız Logosu.....	54
Şekil 2.3	: Yeşil Yıldız.....	57
Şekil 2.4	: 2013 Yılı Mavi Bayraklı Plaj Sayıları.....	60
Şekil 2.5	: 2013 Yılı Mavi Bayraklı Marina Sayıları.....	60
Şekil 2.6	: Sürdürülebilir Turizm Pazarında Rekabet Belirleyici Faktörler.....	77

KISALTMALAR LİSTESİ

CTO	: Kıbrıs Turizm Örgütü
ÇED	:Çevresel Etki Değerlendirmesi
EAI	: Ekolojik Ayak İzi
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	:Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
IUCN	:Uluslararası Doğa Koruma Birliği
OECD	:Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SSPS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı
TDK	:Türk Dil Kurumu
TUROFED:	Türkiye Otelciler Federasyonu
UNEP	:Birleşmiş Milletler Çevre Programı
UNESCO	: Birleşmiş Miller Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü
WCED	:Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu
WEF	:Dünya Ekonomik Forumu
WTO	: Dünya Turizm Örgütü
WTTC	: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi

GİRİŞ

Günümüzde turizm, yarattığı döviz gelirleri, istihdam olanakları, yüksek katma değer, alt yapıya etkisi, ekonomideki diğer sektörler üzerine yarattığı olumlu etkiler gibi parasal ve reel ekonomik etkiler yanında, çevresel, sosyo-kültürel, politik ve siyasal etkiler nedeniyle gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke için vazgeçilmez sektörlerden biri olmuştur.

Dolayısıyla turizm, genellikle ekonomik etkilerine öncelik verilmiş ülke ve bölge kalkınmasında en önemli araçlardan biri olarak değerlendirilmiştir. Ancak ekonomik ve sosyo kültürel etkileri göz ardı edilmiştir. 1970’li yılların sonu 1980’li yılların başında ise turizmin gelişmesi ile ortaya çıkan negatif etkiler (ekolojik ve sosyal maliyetler gibi) sürdürülebilir turizm kavramı tartışmalarını gündeme getirmiştir¹.

Şimdiki kuşakların ihtiyaçlarını karşılarken gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılamalarından ödün vermeyen kalkınma olarak tanımlanan sürdürülebilir kalkınma kavramı birçok alana ve disipline uyarlandığı gibi turizme de uyarlanmış ve sürdürülebilir turizm anlayışı ortaya çıkmıştır. Sürdürülebilir turizm yalnızca çevrenin ve kaynakların korunması, devamlılığının sağlanması ile sınırlı değildir. Sürdürülebilir turizm, doğal ve kültürel çevreye duyarlı, biyolojik çeşitliliği koruyan, gelecek nesillerin turizmden faydalanmasını amaçlayan, uzun vadeli düşünmeyi gerektiren, yerel toplumların da turizmden pay almasını savunan bir turizm anlayışıdır².

İhtiyaçların ve beklentilerin hızla değiştiği uluslararası turizm piyasasından, giderek daha fazla pay almak isteyen ve rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlamak isteyen birçok ülke ve konaklama işletmesi sürdürülebilir turizm anlayışını benimsemek ve turistik ürün ile turizm faaliyetlerini talebe göre şekillendirmek durumundadır. Buradan hareketle yapılacak çalışmanın nihai amacı, Muğla iline gelen yabancı ziyaretçilerin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının ölçülmesi ve

¹ Ozan Bahar, Hatice Hicret Özkoç ve Meryem Samırkaş (2014), “Turizm ve Ekonomik Kalkınma İlişkisine Ampirik Bir Yaklaşım: Panel Koentegrasyon Analizi”, Selahattin Beklemez (Ed.), *Farklı Boyutları İle Türkiye’de Kalkınma*, Ankara: Efil Yayınevi, s. 274.

² Mustafa Sarkım (2007), “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği”, *Basılmamış Doktora Tezi*, 9 Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, s. xix.

sonuçta sürdürülebilir turizmin konaklama ve destinasyon seçiminde talebi ne düzeyde etkilediğinin belirlenmesidir. Böylece sürdürülebilir turizm talebinin tahmin edilmesi çok büyük yatırımlar gerektiren turizm projelerinin gelecekteki pazara ve pazar yapısına uyumlu, rekabet edilebilir düzeyde planlanmasına fayda sağlayacaktır. Ayrıca araştırma konusu ile olarak ayrıntılı bir literatür taraması yapılmış konuyla ilgili hiçbir ulusal düzeyde çalışmaya rastlanmamıştır. Uluslararası literatürde ise araştırma konusu ile ilgili doğrudan bir çalışma olmamakla birlikte, sürdürülebilir turizm talebi ile ilgili çok az sayıda çalışma yapıldığı gözlenmiştir. (Roger Wehrli ve diğerleri, 2011; Rinaldo Brau, 2008).

Bu bilgiler ışığında çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm kavramları ile ilgili literatür gözden geçirilerek, konuyla ilgili tanımlara yer verilmiştir. Ayrıca; sürdürülebilir turizmin gelişim süreci detaylı bir şekilde açıklandıktan sonra sürdürülebilir turizm ve ekonomi ilişkisi incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, sürdürülebilir turizm talebini etkileyen faktörlerin teorik anlamda analizi yapılmıştır. Bu bağlamda faktörler bu bölüm içinde ayrı başlıklar halinde tek tek incelendikten sonra konuyla ilgili sürdürülebilir turizme yönelik örneklere yer verilmiştir. Bu bölümde amaç, yapılan anket uygulamasına temel oluşturacak şekilde, anket sorularından yer alan sürdürülebilir turizm talebini etkileyen değişkenler ile teorik alt yapıyı ortaya koymaktır.

Çalışmanın üçüncü yani son bölümünde ise; araştırmanın amacı, kapsamı ve sınırlılıklarından söz edilmiş; bu amaçla anket formlarının hazırlanması, pilot uygulama, veri toplama ve bölge ve örneklem seçimlerinin nasıl yapıldığı ayrıntılı olarak açıklandıktan sonra verilerin analizi yapılmıştır. Veri analizinde öncelikle ankete katılan turistlerin demografik ve tatile özgü özelliklerine yer verilmiştir. Ardından faktör analizi ile elde edilen bulguların değerlendirilmesi yapılmıştır. Üçüncü bölümde son olarak literatüre katkılar açıklanmış gelecek çalışmalar için önerilerde bulunulmuştur. Çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında ise çalışmanın bir özeti verildikten sonra elde edilen sonuçlar, turizm sektörü açısından değerlendirilmiştir. Turizm literatüründe sürdürülebilir turizm talebi ile ilgili bilimsel veri eksikliğinin giderilmesine katkıda bulunması çalışmanın en önemli noktalarından biri olmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAMI VE POLİTAKALAR

I. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı

Sanayi devrimi ile birlikte dünyada birçok gelişmeler yaşanmıştır. Hızlı nüfus artışı, kentleşme, toplumsal sınıf yapısında değişimler ile teknolojiye gelişmeler, üretimin artmasına dolayısıyla kaynakların sınırsızca ve çevre bilinci gözetilmeden kullanımına sebep olmuştur. Klasik iktisatçılar ve onları takip eden dönemde doğal kaynakların sınırsız olduğuna dair varsayım, iktisatçıların uzunca bir süre çevre sorunlarını görmezlikten gelmelerine yol açmıştır. II. Dünya Savaşından sonraki dönemde ise sürdürülebilir kalkınma kavramının ortaya çıkmasında, dünya çapındaki yeniden yapılanma sürecinin rolü büyüktür. Çünkü Keynesyen geleneğin uzantısı olan bu dönemde, çevre sorunlarını dikkate almadan büyüme yerine öncelik ekonomik kalkınmanın hızlandırılması, işsizliğin önlenmesi ve enflasyonun kontrol altına alınması gibi konular olmuştur. Küresel ısınma, ozon tabakasının incelenmesi, biyolojik çeşitliliğinin azalması, hava, su ve toprak kirliliğinin yaygınlaşması gibi küresel çevre sorunlarının gözlenmesiyle birlikte sürdürülebilirlik kavramı gündeme gelmiştir³.

Kökene itibari ile Latince ‘Sustinere’ kelimesinden gelen ‘Sürdürülebilirlik’ (Sustainability) sözlüklerde birçok anlamda kullanılmış olmasına rağmen, esas itibariyle; sürdürmek, sağlamak, devam ettirmek, desteklemek, var olmak anlamlarında kullanılmaktadır⁴. Gilman’a (1992) göre, en geniş kapsamda sürdürülebilirlik, toplumun, ekosistemin ya da devam eden herhangi bir sistemin ana kaynaklara aşırı yüklem yaparak tüketilmesini önleyerek, bu kaynakların belirsiz bir geleceğe dek işlevini sürdürmesidir. Bir başka tanıma göre ise sürdürülebilirlik doğal, sosyal ve kültürel çevre ile insan nüfusunun faaliyetleri arasında uyumun bulunduğu bir denge durumudur⁵. Sürdürülebilirlik kavramının temelinde insan

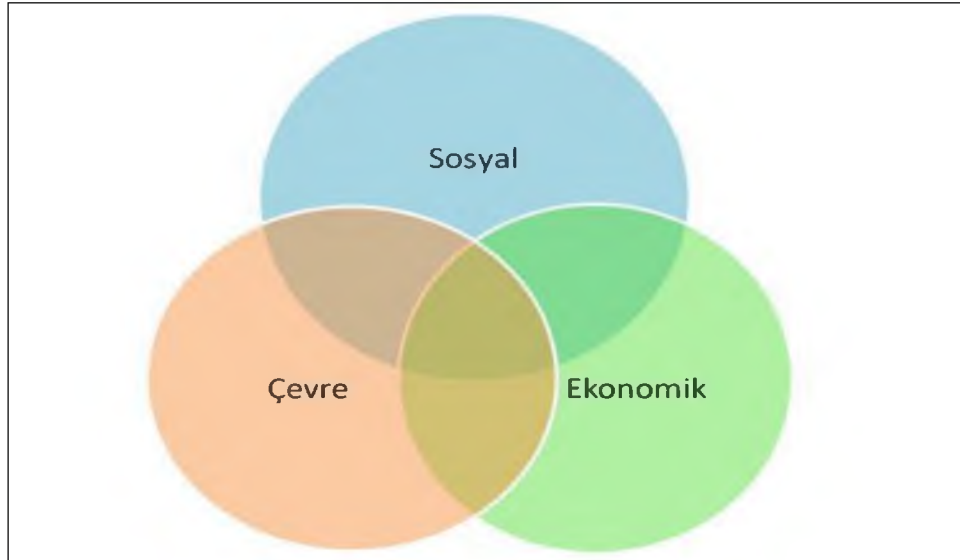
³ M. Ali Dulupçu (2000), ‘‘Sürdürülebilir Kalkınma Politikasına Yönelik Gelişmeler’’, *Dış Ticaret Dergisi* 20, ss. 46-70.

⁴ H. Hayrettin Tıraş (2012), ‘‘Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme’’, *Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi* 2, s. 59.

⁵ Victor T.C. Middleton ve Rebecca Hawkins (1998), *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*, Oxford: Butterworth-Heinemann Publishing, s. 247.

vardır ve niteliksel bir devam etme sürecini kapsamaktadır. Sürdürülebilir kalkınmanın boyutları Şekil 1.1’de verilmiştir.

Şekil 1.1: Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları



Kaynak: <http://www.dioi.gov.tr/edenizliprojeleri/3ulusalveuluslararasıbilisim.aspx>.

(Erişim Tarihi: 12.01.2014)

Şekil 1.1’de görüldüğü üzere sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik, sosyal ve çevresel olmak üzere 3 boyutu bulunmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmanın çevresel boyutu doğal ve çevresel kaynakların, biyoçeşitliliğin korunarak ve dengeli şekilde kullanılarak gelecek kuşaklara aktarılmasıdır. Sosyal boyutu kültürel yapının korunması, yetki devri, adalet ve eşitlik kavramlarının uygulanması, yöre halkına saygı duyulması, bölgedeki yaşam kalitesinin geliştirilmesidir. Ekonomik boyutu ise istihdam yaratılması, hane halkı ihtiyaçlarının karşılanması, üretimin teşvik edilmesi, çevresel dokuya zarar vermeden yerli halkın ve yatırımcıların ekonomik anlamda kalkınmasını içermektedir.

A. Sürdürülebilir Kalkınmanın Gelişim Süreci

Sürdürülebilir kalkınma kavramının ortaya çıkış süreci 1960’lı yıllara dayansa da yoğun olarak 1970’li yıllarda gündeme gelmiş ve bundan sonra konuya ilişkin çeşitli çalışmalar ve incelemeler yapılmaya başlanmıştır. İngilizce “Sustainable Development” kavramının Türkçeye çevirisi olan “Sürdürülebilir

Kalkınma”, sözlükte; “çevre değerlerinin ve doğal kaynakların savurganlığa yol açmayacak biçimde akılcı yöntemlerle, bugünkü ve gelecek kuşakların hak ve yararları da göz önünde bulundurularak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın, ekonomik gelişmenin sağlanması” şeklinde karşılık bulmaktadır⁶.

1972 yılında Stocholm’da İnsanı Çevre Konferansı düzenlenmiş, Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nations Environment Programme-UNEP) sürdürülebilirlik düşüncesini içeren konulara yer vermiştir. Sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk kez bu konferansla ortaya atılmıştır⁷. Sürdürülebilir kalkınma kavramı 1980 yılında, Uluslararası Doğa Koruma Birliği (International Union for Conservation of Nature-IUCN) tarafından UNEP için hazırlanan Dünya Koruma Stratejisinde doğal kaynakları gelecek nesiller için muhafaza etmek biçiminde tanımlanmıştır⁸. 1987 yılında ise Birleşmiş Milletler Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Commission on Environment and Development-WCED) tarafından yayımlanan “Ortak Geleceğimiz Raporu” diğer adıyla “Brundtland Raporu” ile gerçek anlamını kazanmıştır. Sürdürülebilir kalkınma, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılayabilme olanaklarını ellerinden almadan; şimdiki neslin ihtiyaçlarının karşılanabildiği kalkınma sürecidir. Brundtland Raporu sürdürülebilir kalkınma kavramının açıklanmasında aşağıdaki konuları göz önünde bulundurmaktadır: ⁹

- ✓ İnsanlar sürdürülebilir kalkınmayı sağlamayabilmek için yeterli kapasiteye sahiptir ve bunu kendi kendilerine başarabilirler.
- ✓ Uzun vadeli bir bakış açısı gereklidir ve gelecek nesiller için doğal bir çevrenin yanı sıra yeterli kaynaklar da olmalıdır.
- ✓ Yoksul ve zengin ülkeler arasında denge olmalı ve herkesin temel ihtiyaçları karşılanmalıdır.

⁶ H. Hayrettin Tıraş (2012), “Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme”, *Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, s. 60.

⁷ Sevinç Göktepe (2001), “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında İstanbul’daki 4 ve 5 Yıldızlı Otellerde Enerji Verimliliği Uygulamaları”, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, İ.Ü.S.B.E. , İstanbul, s. 9.

⁸ R. Fikret Yıkılmaz, (2011) “Sürdürülebilir Kalkınmanın Ölçülmesi ve Türkiye İçin Yöntem Geliştirilmesi”, *Uzmanlık Tezi*, DPT, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara, s. 12.

⁹ Lars Aronsson (2000), *The Development of Sustainable Tourism*, London ve New York: Continuum Publishing, s. 32.

- ✓ Özellikle yaşanan bu dünyada insan tutumu ve davranışları ile yaşam stili sürdürülebilir ekolojik kalkınmayı destekleyici şekilde değiştirme eğiliminde olmalıdır.
- ✓ Kalkınma sürdürülebilir odaklı bir süreç olmalıdır.

1992 yılında Brezilya'nın Rio de Janeiro kentinde Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı Dünya Zirvesi düzenlenmiştir. 179 ülkenin devlet başkanının katıldığı, 166 ülkeden 18 bin katılımcı, 400 bin ziyaretçinin izlediği bu zirve dünya liderlerinin bugüne kadar yaptıkları en büyük çevre toplantısı olmuştur. Sürdürülebilir kalkınma ve çevre konuları yoğun şekilde görüşülmüştür. Konferans beş temel konudan oluşmuştur: ¹⁰

- İklim Değişikliği Sözleşmesi
- Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi
- Rio Deklarasyonu
- Gündem 21
- Ormanların Korunması ve Geliştirilmesine İlişkin Prensipler

Bu bağlamda, Rio'daki zirvenin en önemli beş sonucundan biri olan Gündem 21 belgesi sürdürülebilir kalkınmaya giden yolda bir rehber niteliği taşımaktadır. 1996 yılında ise İstanbul'da Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Konferansı *Habitat II Kent Zirvesi* yapılmıştır. Konferansta özellikle sivil toplum anlayışına önem verilmiş, gönüllü kuruluşların sürdürülebilir kalkınma ve yaşamda önemli rol aldıkları ve desteklenmesi gerektiği vurgulanmıştır¹¹.

Buna ek olarak, 26 Ağustos - 4 Eylül 2002 tarihlerinde Johannesburg kentinde düzenlenen Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi, Rio Konferansının değerlendirilmesi ve sürdürülebilir kalkınma stratejilerinin belirlemesine yönelik bir zirve olmuştur. Sürdürülebilirlik kavramının önemi ortaya konulmuş bu bağlamda yoksullukla mücadele, sürdürülemez nitelikteki üretim ve tüketim kalıplarının

¹⁰ Adalet B. Alada, Ergun Gülpınar ve Sevim Budak, "Rio Konferansı Üzerine Düşünceler", <http://www.journals.istanbul.edu.tr/tr/index.php/siyasal/article/download/11940/11202>. (Erişim Tarihi: 14.02.2014), s. 96.

¹¹ Ercan Yavuz ve Yahya Önder Zığındere (2000), "Sürdürülebilir Kalkınmanın Turizme Etkisi", *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 3, Sayı 4, s. 329.

değiştirilmesi, sürdürülebilir kalkınma ve küresel dünya gibi geniş kapsamlı bir uygulama planı oluşturulmuştur¹².

Benzer şekilde, 20-22 Haziran 2012 tarihlerinde Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı (Rio+20 Zirvesi) Rio de Janeiro kentinde düzenlenmiştir. Sürdürülebilir kalkınma için yeni fırsatlar yaratmak, mevcut boşlukları belirlemek ve çözümler bulmak zirvenin amaçları arasında yer almıştır. Sürdürülebilir kalkınma kapsamında yeşil ekonomiden bahsedilmiş, sürdürülebilir tüketim ve üretimin desteklenmesi gerektiği vurgulanmış ve iklim değişikliğinin ve yaratacağı etkilerin uluslararası düzeyde tanınması sağlanmıştır¹³. Bu bağlamda, Tablo 1.1 incelendiğinde uluslararası platformda çevre sorunları, iklim değişikliği, biyoçeşitliliğin korunması gibi konular ele alınmış ve konuların değerlendirme sürecinde sürdürülebilirlik anlayışının benimsenmesi gerektiği üzerinde durulmuştur.

Şuan dünya üzerinde 7.2 milyar insan yaşamakta ve dünya nüfusu yıllık ortalama 75-80 milyon kişi olarak artmaktadır. Dünya nüfusunun 2020'nin sonunda 8 milyar ve 2040'nın başında ise 9 milyar olması beklenmektedir. Sayıları her geçen gün hızla artan bu insan nüfusu dünya ekonomisinde kendilerine bir tutunma noktası ya da istihdam edilecek bir yer /iş aramaktadır. Ekonomik açıdan yoksul olan insanlar hayatta kalmak için yiyecek, temiz içme suyu, sağlık ve barınak için yaşam mücadelesi verirken, yoksulluğu en derin biçimde yaşayan bu insanlar, çocukları için daha parlak ve güvenli bir gelecek istemektedirler. Bu bağlamda sürdürülebilir kalkınma entelektüel bir uğraş olarak üç karmaşık sistemin etkileşimini anlamaya çalışmaktadır: Dünya ekonomisi, küresel toplum ve fiziksel çevre. Nasıl bir ekonomik büyüme olmalı, yoksulluk neden devam ediyor, dünya ekonomisinin fiziksel çevre ile karşı karşıya gelme noktasında ne olur, ekonomik kalkınmayı çevresel sürdürülebilirlik ile birleştirmenin yolları nelerdir gibi konular bu üç sistemin etkileşimde olduğu konulardır¹⁴.

¹²Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi, Johannesburg Uygulama Planı, <http://www.journals.stanbul.edu.tr/tr/index.php/sivasal/article/download/1940/11202>. (Erişim Tarihi:02.02.2014).

¹³ <http://www.greenpeace.org/turkev/tr/news/10-soruda-Rio-20-200612>. (Erişim Tarihi:05.02.2014).

¹⁴ Jeffrey D. Sachs, "The Age of Sustainable Development: Introduction to Sustainable Development", Columbia University, www.coursera.com. (Erişim Tarihi: 21.01.2014).

Tablo 1.1: Çevre Temalı Uluslararası Konferans ve Müzakereler

Yıl	Toplantı / Konferans	Esas Konu / Çıktı
1972	Birleşmiş Milletler İnsan ve Çevre Konferansı, Stockholm	Birleşmiş Milletler çevre örgütü tarafından gerçekleştirilen faaliyetler üzerinde durulmuştur.
1972	Stockholm / Nairobi Konferansı	Yeni endüstrileşen ülkeler ve çarpık kentleşme konuları tartışılmıştır.
1985	Viyana, Ozon tabakasını koruma kongresi	Ozon tabakasını incelten maddelerin sistematik olarak gözlem ve izlenme süreci ele alınmıştır. Potansiyel risk taşıyan maddelerin kullanılmasının ve zararlı kimyasal üretiminin aşamalı olarak durdurulması üzerine odaklanılmıştır.
1987	Dünya Çevre ve Gelişme Komisyonu raporu: <i>Ortak Geleceğimiz</i> (Brundtland Raporu)	Çevre bağlamında sürdürülebilir gelişme çerçevesi tartışılmıştır.
1989	Kongre: (Basel): Tehlikeli atıkların ulaştığı küresel boyutu kontrol ve denetleme	Ekim 2003 itibarıyla, Basel'de düzenlenen ve atık üretiminin konu olduğu kongrede 158 katılımcı ülke yer almıştır.
1992	Rio de Janeiro, Birleşmiş Milletler Çevre ve Kalkınma Konferansı (Yeryüzü Zirvesi)	Rio Çevre ve Kalkınma Bildirisi; Gündem 21, ekonomi ve kalkınma dahilinde çevre sorunlarıyla bütünlük sürdürülebilir gelişme eylem planı ve ulusal-uluslararası politikalara yön vermek.
1992	Biyolojik Çeşitlilik Konferansı (Yeryüzü Zirvesi esas alınarak)	İhtiyacı olan ülkelere biyo-çeşitliliğin korunması için ulusal stratejilerin formüle edilmesi ve çevresel ve kalkınma politikalara adapte edilmesi. Kalkınmış ülkelerin kalkınmakta olan ülkelere bu stratejilerin uygulanmasında yardımcı olmasını sağlamak. Kongre'nin üç temel amacı: Biyo-çeşitliliğin korunması, çevresel bileşenlerinin sürdürülebilir olarak kullanılması ve ortak kaynaklardan adil ve eşit paylaşarak faydalanılması.
1992	Birleşmiş Milletler İklim Değişimi Çerçeve Sözleşmesi Yeryüzü Zirvesi esas alınarak	İklim değişikliğinin yeryüzü için ciddi bir problem oluşturduğu ve bu bağlamda atmosfer yapısında görülen bozulmalar üzerinde durulmuştur. İklim sistemi içinde gerçekleşen insan müdahalesinin boyutları incelenmiş ve iklim değişikliği Kyoto Protokolü (1997) çerçevesi oluşturulmuştur.
1998	Rotterdam Kongresi	Kongre tehlikeli kimyasal ve pestisit kullanımının gözlemlenmesinde ihtiyaç duyulan adımlar üzerine odaklanmıştır. Kongre uluslararası ticarete tehlikeli kimyasal ve pestisit noktasında önceden kabul edilen prosedür ile ilgili zorunlu uygulamalar değerlendirilmiştir.
2001	Stockholm Kongresi	Çevresel koruma metotları çerçevesinde kaynakların kullanım sınırlarını azaltmak, yönetsel tedbirlerle üretimi, kasıtlı üretimi ve kasıtlı tüketimi önleyerek insan sağlığını ve çevreyi koruma üzerine odaklanmıştır. Endüstrilerin üretim sürecindeki değişimler ve daha temiz üretim sistemleri üzerinde durulmuştur.

2002	Johannesburg Dünya Zirvesi, Sürdürülebilirlik	Sürdürülebilir gelişmeyi, yoksulluğun azaltılmasını ve çevresel korumayı vurgulamıştır.
2009	Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Konferansı	United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC) üye ülkelerinin katılımı ile gerçekleşmiştir. Oluşum aynı zamanda Kyoto Protokolü olarak da bilinmektedir.
2011	Environmental Science and Technology	24 yıldır gerçekleşen organizasyonda kritik çevresel konular (iklim değişikliği, hava kirliliği, atık üretimi vb) ele alınmaktadır.
2012	Rio-20 Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı	Sürdürülebilir kalkınma kapsamında yeşil ekonomiden bahsedilmiş. Sürdürülebilir üretim ve tüketimin desteklenmesi, iklim değişikliğinin yaratacağı etkiler üzerinde durulmuştur.

Kaynak: Caner Çalışkan (2011), “Sürdürülebilir Turizm Gelişiminin Nesiller Arası Etki Boyutunun Algılanması: Alanya Örneği”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ss. 44-45’ten yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

Sürdürülebilir kalkınma bu çerçeve doğrultusunda dört normatif kavrama dayalı olmalıdır. Bu kavramları kısaca şu şekilde ifade etmek mümkündür: ¹⁵

- 1) Kalkınma Hakkı: Rio+20 Zirvesinde tekrar edildiği gibi her ülke kalkınma hakkına sahiptir. Modern teknoloji ve ekonomik ilerlemenin avantajlarından yararlanması gerekir.
- 2) İnsan Hakları ve Sosyal Enklüzyon: Sürdürülebilir kalkınma fırsat eşitliği, kanun önünde eşit muamele ve kamu hizmetlerine erişimde tüm bireylerin eşit haklara sahip olmasını gerektirir.
- 3) Yakınsama: Yüksek büyüme oranlarına sahip ülkelerle birlikte yoksul ülkeler de yaşam standartlarını yükseltmeye devam edecektir. Zaman geçtikçe yoksul ve zengin ülkeler arasındaki farklar azalacaktır. Sürdürülebilir kalkınma çerçevesinde dünyanın bütün bölgeleri büyüme ve gelişme yeteneğine sahip olmalıdır.
- 4) Ortak Sorumluluk ve Fırsatlar: Bütün ülkeler sürdürülebilir kalkınmanın desteklenmesinde ortak sorumluluk bilincinde olmalıdır. Düşük gelirli ve gelişmemiş ülkeler aşırı yoksulluğu sona erdirmek ve sürdürülebilir kalkınma için gerekli teknolojilere erişebilmek için ihtiyaç duydukları uluslararası desteği almalıdırlar. Gezegenel sınırlara saygı tüm ülkeler

¹⁵ Sustainable Development Solution Network (2013), “An Action Agenda for Sustainable Development”, **Report for the Un Secretary-General**, <http://unsdsn.org>, (Erişim Tarihi: 23.01.2014)

için bir görevdir ve yüksek gelirli ülkelerde bu daha fazla dikkate alınmalıdır.

Buradan hareketle sürdürülebilir kalkınma, insan yaşamının gereksinimleri ve doğal kaynakların sürdürülebilirliği açısından büyük önem arz etmektedir. Sürdürülebilir kalkınma ekonomik, çevresel ve toplumsal boyutları ile bir bütün olmalı, ortak sorumluluk bilinci içinde kavramın gerekliliği göz ardı edilmemelidir.

II. Sürdürülebilir Turizm Kavramı

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 kıt kaynakların belli bir zaman sonra tükenmesine, bozulmasına ve değerinin kaybolmasına neden olacaktır.

Ortak Geleceğimiz “Our Common Future” raporundaki tartışmalara bağlı olarak geride bırakılan son 10 yılda sürdürülebilir turizm daha çok gündeme gelmeye başlamıştır. Son yıllarda dünya üzerindeki yoğun ve hızlı değişimler, çevre soruları, dışsallık vb. konular turizm sektöründeki değişimleri de beraberinde getirmiştir. Uluslararası turizm pazarında ortaya çıkan yeni trendler, destinasyonlar ve yeni pazar arayışlarındaki hızlı artış ve rekabet etkisi uluslararası politik ve ekonomik çevrelerin dikkatini turizme çekmiştir. Bununla birlikte turizm ve çevrenin birbiri ile ilişkisi olan coğrafyacılarında önem verdikleri konular arasında yer almaktadır.

Sürdürülebilir kalkınma kavramı ile birlikte gelişen sürdürülebilir turizm kavramına yönelik çeşitli tanımlar Tablo 1.2’de verilmiştir. Tablodan da anlaşılacağı üzere doğal kaynakların tükenebilir olduğu göz önünde bulundurularak, gelecek nesillerin gereksinimlerini tehlikeye sokmadan kültürel, çevresel, biyolojik ve estetik tüm kaynakların korunması ve devamlılığının sağlanması gerekmektedir.

Zor yenilenebilen ve tahrip edildiğinde özgün haline dönüştürülemeyen doğal çevre ve doğal kaynakların, diğer sektörler kadar turizm sektörü tarafından da kullanılırken ‘Sürdürülebilirlik’ yaklaşımı odaklı olması gerekir.

Tablo 1.2: Sürdürülebilir Turizme İlişkin Tanımlamalar

Sürdürülebilir Turizm Tanımları	
1)	Şu anki turistlerin ve ev sahibi toplumların ihtiyaçlarını gözetken, gelecek için fırsatlar yaratan ve koruma altına alan turizmdir (Dünya Turizm Örgütü, 1993: 7).
2)	Sürdürülebilir turizm, hem şuan ve hem de gelecek için doğal kaynakların üretkenliğinin devam edebilmesi ve yenilenmesini sağlayan, toplulukların yaşam stilini, geleneklerini yansıtarak insanların turizm deneyimini yaşamalarına katkı sağlayan, ev sahibi bölgelerdeki toplulukların ve yerel halkın ekonomik faydayı adil paylaştıkları turizm ve bağlantılı altyapılar sistemidir (Eber, 1992:3).
3)	Bağlı olduğu çevreye zarar vermeden yerel ekonomileri devam ettiren turizmdir (Countryside Commission, 1995:2).
4)	Sürdürülebilir turizm ekonomik faaliyetlerin yapısını olumsuz yönde etkilemeden, ekonomik fırsatlar yaratma yeteneğine sahip olmalı, var olan sosyal örgütlenme formlarına müdahale etmemeli ve son olarak da ekolojik toplum tarafından dayatılan sınırlara saygılı olmalıdır (Payne, 1993:154-5).
5)	Sürdürülebilir turizm mevcut konaklama kapasitesi, yerel nüfus ve çevreyi dikkate alarak gelişen, çevreye duyarlı bir turizmdir ve bunun sonucunda çevrenin bozulmasına, kendi kendini yok etmesine fırsat vermez. Ayrıca sürdürülebilir turizm sorumluluk sahibi bir turizmdir (Bramwell et all. 1996a:10-11).

Kaynak: Richard W. Butler (1999), "Sustainable Tourism: A State of The Art Review", **Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment**, 1:1, s.10.

Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization-WTO)'nün tanımına göre sürdürülebilir turizm, "insanın etkileşim içinde bulunduğu çevrenin bozulmadan korunarak kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamı sürdüren sistemlerin devamının sağlandığı ve aynı zamanda tüm kaynakların ev sahibi bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını giderecek şekilde ve gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçiminde yönetildiği bir kalkınma şeklidir"¹⁶.

Middleton'a göre sürdürülebilir turizm ise gelecek için olası fırsatları koruyarak ve arttırarak mevcut ziyaretçilerin, ev sahibi destinasyonların ve turizm ticareti yapanların ihtiyaçlarını karşılayan, kaynak yönetimine yol gösteren bir turizm anlayışıdır. Kültürel bütünlük, gerekli ekolojik süreç, biyolojik çeşitlilik ve

¹⁶ WTO (1996), Agenda 21 for The Travel and Tourism Industry, <http://www.worldtourism.org/sustainable/doc/a21-def.pdf>. (Erişim Tarihi:14.02.2014).

yaşam destek sisteminin devamını sağlarken sosyal, ekonomik ve estetik ihtiyaçlar yerine getirilmeli ve sürdürülebilir turizm bu bağlamda kaynak yönetimlerine liderlik yapmalıdır¹⁷.

Coccosis'e göre sürdürülebilir kalkınma kapsamında sürdürülebilir turizmi tanımlamanın en az dört yolu vardır. Bunlar, turizmin ekonomik sürdürülebilirliğini içeren sektörel bakış açısı, ekolojik olarak turizmin sürdürülebilirliğini vurgulayan ekolojik bakış açısı, destinasyonların rekabet gücüne dikkat çeken ve uzun vadeli canlılığı kapsayan bakış açısı ile fiziksel ve beşeri çevre bağlamında sürdürülebilir kalkınma için turizmi bir stratejinin parçası olarak kabul eden bakış açısıdır¹⁸.

Diğer bir tanıma göre de sürdürülebilir turizmi, belirsiz bir zaman için bir alandaki canlılığı devam ettiren turizm şekli olarak ifade etmek mümkündür. Dolayısıyla sürdürülebilir turizm ile ilgili yapılan tanımların ortak öğeleri kısaca şunlardır¹⁹:

- Doğal ve insan yapımı kaynakların optimum biçimde uzun süreli kullanımı
- İnsan yerleşim dokusunun korunması
- Ekonomik ve sosyal eşitlik
- Kalite kavramına bağlılık
- Sosyal katılım

Kısaca ifade etmek gerekirse, sürdürülebilir turizm; geleneksel turizm anlayışına bağlı kalarak gerçekleştirilen turizm çeşidinden daha çok, turizme katılan kişilerin kendilerini uygun turist, sürdürülebilir turist, eko turist gibi görmeye başladıkları, çevreye duyarlı, gittikleri bölgenin gelenek, görenek ve yaşam tarzları hakkında bilgi edindikleri turizm şekli olarak da tanımlanabilir.

III. Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi

II. Dünya Savaşından sonra meydana gelen sosyal, kültürel, ekonomik ve teknolojik alandaki değişimler insanların turizme katılımını arttırmıştır. Kişi başına düşen gelirin ve ücretli izinlerin artması, çalışma saatlerinin azalması ile birlikte

¹⁷Middleton, s. 247.

¹⁸Butler, (1999), ss.10-11.

¹⁹Cengiz Demir ve Aydın Çevirgen (2006), *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*, Ankara: Nobel Yayınları, ss. 104-105.

turizme katılmayan insanlar daha aktif şekilde turizm faaliyetlerinde bulunmaya başlamış ve turistik ürüne olan talep artmıştır. Teknoloji ve ulaşım sektöründe yaşanan hızlı gelişmeler insanların turistik amaçla gidilmesi zor olan yerlere bile daha kolay gidebilmesini sağlamıştır. Çalışan sayısının artması, yoğun iş temposu, trafik, stresli iş hayatı gibi faktörlerden dolayı insanların kısa süreli bile olsa, bulunduğu ortamdan uzaklaşma isteği artmıştır. Bu ve benzeri faktörler turizm hareketlerinde ve turizme katılan aktif kişi sayılarında artışlara neden olmuştur²⁰.

Benzer şekilde, 1970'li yılların hızla yükselen turizm hareketlerinden olan kitle turizmi ve turizmin tarihsel süreci, sürdürülebilir turizm kavramının ortaya çıkmasında etkili olmuştur. Kitle turizmine yönelik turistik faaliyetlere katılan turist sayısındaki artış beraberinde turizmin çevre üzerine olumsuz etkilerine sebep olmuş ve tartışmalar bu alanda yoğunluk kazanmıştır. Çünkü büyük kitle hareketlerinden meydana gelen bu turizm çeşidinin; su kaynakları, toprak ve bitki örtüsü, vahşi doğa hayatı, atmosfer ve tüm ekosistem üzerinde yarattığı olumsuzluklar, artık ekonomik bir maliyet olarak görülmeye başlanmıştır²¹. Oysa sürdürülebilir kalkınmanın temelinde kaynakların korunması ve geliştirilmesi bulunmaktadır. 1970'li yıllarda ise sürdürülebilirlik kavramı birçok alanda olduğu gibi turizm alanında da yerini almış, 1980'li yıllarda ise kitle turizminin etkileri giderek artmaya başlamış ve yeni arayışlarla birlikte “yeşil turizm” kavramı ortaya çıkmıştır.

Dolayısıyla son yirmi yılda sürdürülebilirlik olgusu küresel turizm sektöründe merkezi bir önem kazanmaya başlamıştır. Sürdürülebilir turizm yalnızca çevreci bir anlayışın ürünü değildir. Ana hedefleri arasında ekonomik sürdürülebilirlik de bulunmaktadır. Sürdürülebilir turizm kavramı 1990'lardan beri çok yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Bu kavram yerel toplumun önemini tanıyan ve turizmin ekonomik faydalarını en üst düzeye çıkarma arzusu taşıyan bir turizm yaklaşımıyla çevrelenmiştir. Yine bu kavram 1995 yılında Avrupa Birliği tarafından turizm konusunda basılan “Yeşil Kitap” ile tanınmış ve sürdürülebilir turizm kavramının

²⁰ Sarkım, s.80.

²¹ Ozan Bahar (2003), “Kitle Turizminin Çevre Üzerindeki Olası Etkileri: Bodrum Örneği”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 14, Sayı 2, s.151.

gelişimini açıklayan yaklaşımlar belirtilmeye çalışılmıştır²². Sürdürülebilir turizm kalkınması,

- İnsan yaşamının temel esaslarının yok olmasına karşı direnç gösterme şeklinde çevresel mücadele,
- Gelecekteki kazançları garanti ederken mevcut kazançların artırılması şeklinde ekonomik mücadele,
- Adalet, güvenlik, eşitlik gibi konuların daha teşvik edilmesi şeklinde sosyal mücadele,
- Kültürel ve estetik değerlerin teşviki ve korunması şeklinde kültürel mücadele,
- Stratejik karar vermede yerel toplumların katılımının teşvik edilmesi şeklinde kurumsal mücadele olarak karşımıza çıkmaktadır²³.

Benzer şekilde, turizm faaliyeti ekonomik açıdan değerlendirildiğinde sürdürülebilir ekonomik kalkınma da önemli etkenlerden biridir. Ancak dikkat edilmesi gereken nokta turizmin mevcut sisteme zarar vermeden ve mevcut sistemle uyum içinde geliştirilmesidir. Turizm sosyal, ekonomik, kültürel sistemle bir bütün içinde olmalı ve toprak, su, enerji gibi kıt kaynaklar kullanılırken doğal çevrenin bozulmamasına gereken önem ve hassasiyet verilmelidir.

A. Sürdürülebilir Turizmin Hedefleri

Sürdürülebilir turizm, biyolojik çeşitlilikten ekonomik sürekliliğe kadar birçok farklı hedefe sahiptir. Sürdürülebilir turizmin hedefleri incelendiğinde sürdürülebilir turizm kavramı daha kolay ve net bir şekilde anlaşılacaktır.

²² Seçkin Eser (2011), “Sürdürülebilir Turizm ve Efes Örneği”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla, s. 35.

²³ Persa Fokiali vd., (2006), “Tourism and Sustainable Development Strategies in Rhodes: The Awareness of the Local Societies”, *Ege Akademik Bakış Dergisi* 2, s. 28.

Tablo 1.3: Sürdürülebilir Turizmin 12 Hedefi

1. Ekonomik Süreklilik	Turizm destinasyonlarının ve işletmelerinin uzun vadede fayda sağlamaya ve büyümeye devam etmesi için sürekliliklerini ve rekabetçiliklerini sağlamak
2. Yerel Refah	Ziyaretçilerin yerel harcama oranını arttırmak da dahil olmak üzere turizmin ev sahibi destinasyona katkısını azamiye çıkarmak
3. İstihdam Kalitesi	İrk, cinsiyet, engellilik gibi konularda ayrımcılığa mahal vermeden, ücret ve hizmet kalitesinin artırılması da dahil olmak üzere turizm tarafından yaratılan yerel istihdam sayısını ve kalitesini arttırmak
4. Sosyal Eşitlik	Yoksullara sunulan fırsatların, gelirin ve hizmetlerin iyileştirilmesi de dahil olmak üzere turizmden elde edilen ekonomik ve sosyal faydanın genele adil bir şekilde dağılımını gözetmek
5. Ziyaretçi Memnuniyeti	İrk, cinsiyet, engellilik gibi konularda da ayrımcılık yapmadan bütün ziyaretçilere güvenli ve tatmin edici bir deneyim sunmak
6. Yerel Kontrol	Turizmin diğer paydaşları ile istişare içerisinde planlama, yönetim ve bölgede turizmin gelişimi konusunda yerel yönetimleri süreçlere dahil etmek ve yetkilerini arttırmak
7. Toplumsal Refah	Sosyal bozulma ve istismara yol açmadan sosyal yapı ve kaynaklara, imkanlara ve yaşam destek sistemlerine erişim de dahil olmak üzere yerel halkın yaşam kalitesini muhafaza etmek ve iyileştirmek
8. Kültürel Zenginlik	Ev sahibi topluluklara özgü kültür, gelenek ve kültürel mirasa saygı duymak ve güçlendirmek
9. Fiziki Bütünlük	Kentsel ve kırsal alanların kalitesini muhafaza etmek ve güçlendirmek ve çevrenin fiziki ve görsel bakımdan bozulmasını engellemek
10. Biyolojik Çeşitlilik	Doğal alanların, habitatın ve yaban hayatının korunmasını desteklemek ve olası zararı asgariye indirmek
11. Kaynak Verimliliği	Turizm firma ve hizmetlerinin gelişim ve işletmesinde sınırlı ve yenilenemeyen kaynakların kullanımını asgariye indirmek
12. Çevresel Saflık	Turizm işletmelerinden ve ziyaretçilerden kaynaklanan hava, su ve kara kirliliğini ve atık üretimini asgariye indirmek

Kaynak: TÜSİAD (2012), **Sürdürülebilir Turizm Raporu**,

http://www.tusiad.org.tr/_rsc/shared/file/SurdurulebilirTurizm-rapor.pdf , s.20, (Erişim Tarihi: 17.02.2014).

Tablo 1.3 incelendiğinde, sürdürülebilir turizmin hedeflerinin her biri, birbiri ile eşit düzeyde öneme sahiptir. Aşağıdaki örneklerden de anlaşılacağı üzere, bu hedeflerden bazıları sosyal, ekonomik ve çevresel faktörlerin uyumu ve birbiriyle bütün halinde değerlendirilmesi ile bağlantılıdır ²⁴.

- Turizmin ekonomik sürekliliği yerel çevrenin kalitesini devam ettirmeye bağlıdır.
- Ziyaretçi memnuniyeti, ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılama ve fırsatlar sağlama (sosyal hedef) ile ilgilidir ancak bu aynı durumda ekonomik sürdürülebilirlik açısından da çok önemlidir.
- Kültürel zenginlik genelde sürdürülebilirliğin sosyal boyutu ile ilgilidir. Ancak çevresel yapı, doğa ve toplumun kültürel etkileşimi açısından çevresel yönleri üzerinde de güçlü bir etkiye sahiptir.
- Temel anlamda sosyal hedef olarak bilinen toplumsal refah güçlü bir şekilde çevresel kaynak yönetimi ile de bağlantılıdır. Örneğin temiz içme suyuna erişim bakımından. İstihdam kalitesi ve sosyal eşitlik gibi konular yoksullukla mücadelede olduğu gibi ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik ile de yakından bağlantılıdır.

B. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri

Kararı maksimize etmeyi amaçlayan ve bununla birlikte çevreyi göz ardı eden bir turizm anlayışının sürdürülebilir olmayacağı açıktır. Turizmi oluşturan varlıkların nitelik ve niceliğini kaybetmeden sürekliliğini sağlamak ve bu bağlamda sürdürülebilir bir turizm gelişimi için bazı temel ilkelere uyulması gerekmektedir. Bu ilkeleri kısaca aşağıdaki gibi belirtebiliriz:²⁵

- Sürdürülebilir turizm gelişimi “Sustainable Tourism Development=STD”, yerel turist destinasyonlarında bugüne kadar dahil edilmeyen ihtiyaçlara ve temel doyuma katkıda bulunmalıdır.

²⁴ UNEP ve UNWTO (2005), “**Making Tourism More Sustainable A Guide for Policy Makers**”, , <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>, s.19, (Erişim Tarihi: 20.02.2014)

²⁵ Cevat Tosun (2001), “Challenges of Sustainable Tourism Development in The Developing World: The Case Of Turkey”, *Tourism Management* 22, ss. 290-291; Sarkım, ss. 90-91.

- STD yerel turist destinasyonlarında mutlak yoksulluğu ve eşitsizliği azaltmalıdır.
- STD, turist destinasyonlarındaki yerel halkın kötülüklerden, ilgisizlikten, eksikliklerden ve bakımsızlıktan kurtularak, kendilerini özgür hissetmeleri ve özsaygılarını kazanmaları için, bu bölgelerdeki gerekli şartların ortaya çıkarılmasına katkıda bulunmalıdır. Yani, STD sefalet, cehalet, dogmatik inançlar gibi sosyal esareten kurtulmaları için ev sahibi toplumlara yardımcı olmalıdır.
- STD sadece ülkesel ekonomik büyümeyi değil, aynı zamanda bölgesel ve yerel ekonomik gelişmeyi de hızlandırmalıdır. Bu büyüme sosyal açıdan adil olarak paylaştırılmalıdır.
- Turizm planlaması, kalkınması ve işlemleri bir bölge ya da ülkenin korunması ya da sürdürülebilir kalkınma stratejisinin bir parçası olmalıdır. Turizm planlaması, kalkınması ve turizm işlemleri, farklı hükümet ajanları, özel işletme birlikleri, sivil gruplar ve bireyleri içermeli, geniş çaplı yarar sağlamalı, sektörler arası ve sektörleri bir birine bağlayan bir nitelikte olmalıdır.
- Ajanlar, işletmeler, gruplar ve bireyler; ev sahibi ülkenin kültürel ve çevresel unsurlarına, ekonomisine, geleneksel yaşam biçimine, toplumsal ve geleneksel davranışlarına, politika örneklerine saygı duymalı ve diğer etik kurallarına uymalıdır.
- Turizmin sürdürülebilir davranışlarla, ev sahibi yörenin insan ve çevresini koruma ve bunların uygun ekonomik kullanımını sağlayacak şekilde planlanmalı ve yönetilmelidir.
- Turizmin fayda ve maliyetleri, turizm sektöründeki girişimciler ile yöre halkı ve bölgeler arasında eşit dağıtılmalıdır.
- Turizmin yararları, topluma hızlı bir şekilde yayılmalıdır. Toplum temelli turizm projeleri, yararların yerel bölgelere dağıtılmasında önemli bir teknik olduğu için toplum temelli projeler geliştirilmelidir.
- Turizmin doğası ve turizmin insan ve kültürel çevre üzerindeki etkileri ile ilgili enformasyon, araştırma ve iletişim sağlanmalıdır. Kalkınma sürecinde

özellikle bölge insanları, bireysel ve ortak çıkarları doğrultusunda kalkınma çabaları ve kalkınmanın yönü üzerinde etkili olabilmelidir.

- Büyük projelerde öncelikli olarak, bütünleşmiş çevre, sosyal ve ekonomik planlama analizleri yapılmalıdır.
- Turizmin gelişmesi, işlemlerin tüm aşamalarında dikkatli bir şekilde değerlendirilmeli, bölge insanının değişikliklere uyum sağlaması ya da fırsatların avantajlarından yararlanmaları konusunda uyum programları geliştirilmelidir.
- Turizm stratejileri ve planları, ekonomik kalkınma planları ile uyumlu olmalıdır.
- Turizm ile ilgili kararlar kısa vadeli değil, uzun vadeli amaçlara göre belirlenmelidir.
- Sürdürülebilir turizm gelişmesi kuşaklararası eşitliği sağlamalıdır. Fayda ve maliyetler şimdiki ve gelecek kuşaklar arasında eşit bir şekilde dağıtılmalıdır.

Buna ilave olarak Dünya Turizm Örgütü'ne göre de, sürdürülebilir turizm için üç temel ilkeden söz edilebilir²⁶. Bu ilkeler şunlardır:

- 1) Gerekli ekolojik sürecin devamını sağlamak, doğal miras ve biyoçeşitliliğin korunmasına yardımcı olmak, turizm gelişmesinde önemli bir unsur olan çevresel kaynakların optimal düzeyde kullanımı sağlamak.
- 2) Yerel halkın sosyo kültürel değerlerine saygılı olmak, yaşayan ve var olan kültürel mirası ve geleneksel değerleri korumak, uluslararası kültürel değerlerin anlaşılması ve tolerans sağlanmasına katkıda bulunmak
- 3) Ekonomik açıdan süreklilik, uzun dönemli ekonomik çalışmalar yapmak, adil bir şekilde tüm paydaşlara sosyo ekonomik faydalar sağlamak, istikrarlı istihdam ve gelir- kazanç fırsatları ve ev sahibi halka sosyal hizmetler sağlamak, yoksullukla mücadele gibi yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmesine katkıda bulunmak.

²⁶ Richard Sharpley (2009), “*Tourism Development and The Environment: Beyond Sustainability?*” UK and USA: Earthscan Publishing, s. 51.

Turizmin sürdürülebilirliği, çevreye zarar vermeyecek ve çevreyi koruyup geliştirecek bir bakış açısıyla sağlanabilir. Bu bağlamda sürdürülebilir turizmin çevresel ilkeleri şunlardır²⁷:

- 1) Çevrenin estetik özellikleri, yerel kültür ve doğal yaşam üzerinde yoğunlaşmak,
- 2) Yerel gelirleri arttırırken çevrenin iyileştirilmesi ve korunmasını destek vermek,
- 3) Turizmin çevrenin doğal yapısı ve görünümüne uygun bir şekilde gelişmesini sağlamak,
- 4) Turizmin bir bölgede kontrollü gelişmesini ve faydalarının topluma yayılmasını sağlamak,
- 5) Turizmin farklı mekan ve zaman dilimlerine yayılmasını sağlayarak, bu nedenle oluşabilecek olumsuz etkileri en aza indirmek,
- 6) Turistlerin ve yerel halkın çevre konusunda eğitimine destek olmak ve bilgilenmesini sağlamak.

Genel olarak sürdürülebilir turizmin ilkeleri incelendiğinde çevreye zarar vermeyecek olguları içerdiği gibi, kültürel değerlere sahip çıkan, bölgeler arası eşitliği benimseyen, ev sahibi toplumların gelişmesine katkıda bulunan bir turizm anlayışının benimsendiği görülmektedir.

C. Sürdürülebilir Turizm Araçları

Önemli bir döviz kaynağı ve istihdam alanı olan turizmin devamlılığı için ekolojik çevrenin, doğal kaynakların ve kültürel mirasın sürekliliği büyük önem taşımaktadır. Sürdürülebilir turizmin gelişimi için taşıma kapasitesi, çevresel etki değerlendirmesi ve ekolojik ayak izi her destinasyona göre belirlenmeli ve bu bağlamda gerekli denetimler yapılmalıdır.

²⁷ David Pepper (1999) ‘‘The Integration of Environment Sustainability Considerations into EU Development Policy: A Case Study of the Leader Initiative in the West of Ireland’’, *Journal of Environmental Planning & Management*, 42(2), s. 179.

1. Taşıma Kapasitesi

Sürdürülebilirliğin önemli araçlarından biri olan taşıma kapasitesi sürdürülebilir turizm açısından oldukça önemlidir. Kontrolsüz bir büyüme ve kalkınma çevresel kaynaklar üzerinde bir baskı oluşturduğundan, doğal çevrenin devamlılığı, misafir memnuniyeti ve gelecek nesillere daha yaşanılır bir ortam bırakmak için taşıma kapasitelerinin belirlenmesi dikkate alınması gereken bir konudur.

Taşıma kapasitesi, turizm faaliyetlerine olan talep artışlarıyla, kullanılan kaynakların doyum noktasına ulaştığı (fiziksel kapasite); çevrenin bozulmaya başladığı (çevresel kapasite); ya da ziyaretçilerin artık o olandan zevk almayı yitirdikleri (kavramsal ya da psikolojik kapasite) aşamaları şeklinde ifade edilir²⁸.

Başka bir tanıma göre ise turizm açısından taşıma kapasitesi, bölgenin ne büyüklükte bir turizm faaliyetini kaldırabileceğinin sınırlarının önceden ortaya konmasıdır. Turizmin gelişmesinin sınırlandırılması, aşırı kullanımdan doğan baskıların ve destinasyondaki doğal kaynakların ve kültürel mirasın sömürülmesinin önlenmesi için gerekli bir yöntemdir²⁹.

Tablo 1.4: Taşıma Kapasitesi Türleri

Fiziksel Taşıma Kapasitesi	Bir bölgeyi ziyaret eden en çok konaklama yapılabilecek turist sayısını ve bir turist fiziksel olarak kaplayabileceği en az boşluğa işaret etmektedir.
Ekolojik Taşıma Kapasitesi	Turizmin doğal çevreye olan etkisini ve doğal kaynakların uzun dönem yaşayabilirliği ile bağlantılıdır.
Psikolojik Taşıma Kapasitesi	Farklı turist tiplerinin, tatil ve bölgelere göre değişiklik gösteren algı ve memnuniyeti ile ilgilidir.
Sosyal Taşıma Kapasitesi	Turizmin yerel halkın turizme karşı tutumunu etkileyecek olan sosyo-kültürel etkilerini içermektedir.
Ekonomik Taşıma Kapasitesi	Turizmin gelişiminin karlılık ve fırsat maliyeti ile güçlü bağlantılara sahiptir.

Kaynak: Nil Sonuç (2014), "Sürdürülebilir Turizm: Tanımı ve İçeriği", Metin Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık, s. 27.

Benzer şekilde turizmde kapasite hem fiziksel çevre, hem de yerel toplumun ve ziyaretçilerin deneyim kalitesinin devamını sağlayacak denge durumunu ifade

²⁸ Nazmiye Özgüç (1998), *Turizm Coğrafyası*, İstanbul: Çantay Kitabevi, s.103.

²⁹ Nüzhet Kahraman ve Oğuz Türkay (2012), *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık, s. 67.

eder. Bu iki alanda mümkün olduğunca az bozulma olmalıdır. Bu denge, ürünün kendi içinde ya da çevre üzerinde olumsuz bir değişiklik yaratmaksızın, bir alanı (plaj, resort vb.) kullanacak maksimum turist sayısını ifade etmektedir³⁰.

Turizm açısından taşıma kapasitesi kavramının kullanımı; çevre kalitesinin korunması, kaynakların sürekli ve dengeli kullanımı, aşırı tüketimin azaltılması, bölge halkının turizmden elde edecekleri faydaların sürekliliğinin sağlanması, ziyaretçilerin tatmin olma düzeylerinin artırılması ve işletmelerin karlılığı açısından önemlidir. Bu nedenle taşıma kapasitesi aşağıda belirtilen boyutlar ile ele alınmalıdır³¹:

- Ev sahibi halkın ne kadar turist kabul edebileceği açısından rahatsızlık durumları,
- Ziyaretçilerin deneyimleri açısından tatmin düzeyleri,
- Fiziksel ve ekolojik çevre açısından,
- İşletmeciler açısından tesislerin kullanım oranı.

Dolayısıyla, taşıma kapasitesi türleri, turizmin sürdürülebilirliği açısından farklı uygulamaları içermektedir. Tablo 1.4 taşıma kapasitesi türlerini göstermektedir. Taşıma kapasitesi türlerini incelediğimizde her türde taşıma kapasitesinin aşılması yerel halk, turist ve çevre üzerinde olumsuz etkilere neden olacaktır. Taşıma kapasitelerinin aşılması aynı zamanda bölgenin çekicilik değerini kaybetmesine yol açacak bunun sonucunda da turizm talebi olumsuz yönde etkilenecektir.

Örnek Olay- Elba Adası-İtalya

İtalya'daki Elba adası örneğinde adanın turizm taşıma kapasitesinin analizi için matematiksel bir model, yönetim aracı olarak yerel kuruma hizmet edecek şekilde geliştirilmiştir. Çalışma özellikle turist deneyimlerinin kalitesini korumak ve doğal kaynakların korunmasını güvence altına almayı amaçlamaktadır. Çalışma üç aşamadan oluşmaktadır.

³⁰ O'Reilly, A. (1986), "Tourism Carrying Capacity", *Tourism Management*, 7 (4), s. 254.

³¹ Tamer Cömert (2002), "Türkiye'de Sürdürülebilir Turizm İçin Makro Plan Önerisi", **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya, s.85.

1. Aşama: Ölçülebilir sınırlayıcı faktörlerin belirlenmesi; bu faktörler içinde fiziksel ve sosyal karakterler:

- Su arzı kapasitesi,
- Atık arıtma kapasitesi,
- Temel kaynakların kullanımı (kişi başı plaj yüzeyi) ve
- Nüfus üzerindeki baskı'dır (Turist/ nüfus oranı).

2. Aşama: Dört sürdürülebilir senaryonun tanımı; klasik, yüksek sürdürülebilirlik, düşük sürdürülebilirlik, bozulma eğilimli olarak sınıflandırılmaktadır. Her bir senaryonun bir önceki sınırlayıcı faktörlerden biri ile ilişkili olduğu saptanmıştır. Kritik değerin üzerindeki sınırlayıcı bir faktör (örneğin günlük atık arıtma kapasitesi) bir senaryodan diğerine kaymasına sebep olmaktadır. Ayrıca her senaryo bir alarm derecesi ile ilişkilidir. Sıfır (I), Düşük (II), Orta (III) ve yüksek (IV). Bu faktörler içinde en önemli faktörün ise su arzı kapasitesi olduğu belirlenmiştir.

3. Aşama: Turist sayısının hesaplanması her senaryo ile ilişkilendirilmiştir. İnsan baskısının artması (örneğin turistlerden dolayı adanın toplam nüfusunun artması) bir senaryodan diğerine kaymasına neden olmuştur. Bu adımda turist sayısı her faktörün kritik değeri ile ilişkilendirilmiştir.

Tablo 1.5: Elba Adası Taşıma Kapasitesi Örneği

Sınırlayıcı Faktörler	Günlük turist	Senaryolar	Alarm Derecesi			
Su arzı kapasitesi	52,646	Klasik	I			
Plaj kullanımı	60,100	Yüksek sürdürülebilirlik		II		
Atık arıtma	65,428	Düşük sürdürülebilirlik			III	
Turist/ nüfus	89,922	Bozulma eğilimli				IV

Kaynak: Alexandra Mexa vd., "Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity in European Tourism Destinations", http://ec.europa.eu/environment/iczm/pdf/tcca_material.pdf, s. 71. (Erişim Tarihi: 01.03.2014).

Yukarıdaki modelin kullanımı günlük bazda turist akışının takip edilmesi ve kritik bölgelerin, adada turizm taşıma kapasitesinin aşıldığı zamanların belirlenmesini sağlamaktadır. Buna rağmen şuanda uygulanan bir eylem planı bulunmamaktadır³². Bu adada sürdürülebilir turizm anlayışının benimsenmesi gerekmektedir. Şöyle ki, taşıma kapasitesini takip etmek; ziyaretçi sayısını sınırlı tutmak, belli oranda ziyaretçinin ayna anda içeri girmesine izin vermemek, ziyaretçi sayısını azaltıp ücretleri arttırmak ile mümkün olabilir. Taşıma kapasitesiyle ilgili ilk soru ‘ne kadarı çok fazladır’ yerine, o bölgenin gelişme amaçlarına bakılarak çevresel duruma yapılacak değişikliğin ne kadarının kabul edilebilir olduğunun tespit edilmesi olmalıdır³³.

2. Çevresel Etki Değerlemesi

Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED), yasal prosedürlerin, politikaların, programların, projelerin ve işletme koşullarının biyolojik ve fiziksel çevre ile insan sağlığına ve mutluluğuna olan etkilerinin belirlenmesi ve bu etkilerin boyutlarının önceden tespiti için yapılan çalışmalar, çalışma sonuçlarının yorumlanması ve yayınlanması işlemleridir³⁴.

Bir başka tanıma göre ise ÇED; hava, su, toprak ve diğer kaynakların kullanımı ile ilgili olarak planlanan bir faaliyetin veya işletmenin, daha projelendirme aşamasındayken çevrede yol açabileceği tüm etkilerinin önceden belirlenerek, çevreye zarar vermeyecek, çevrenin niteliğini koruyacak şekilde faaliyete geçmesini sağlamak amacıyla, gerekli önlemlerin önceden alınabilmesi için yapılan inceleme ve uygulamalardır³⁵.

Taşıma kapasitesi analizleri bölgenin ne büyüklükte bir turizm faaliyetini kaldıracağını ve kapasite sınırlarını belirlemede sürdürülebilir turizmin önemli araçlarından biri olmasına rağmen bir bölgenin turizme açılmadan ya da turistik yatırımların planlama ve karar aşamasında çevresel, sosyal, ekonomik değerlendirme ve kontrol işlevini yerine getirememektedir. Bu aşamada sürdürülebilirliğin

³² Mexa vd., ss. 70-71.

³³ Sonuç, s. 27.

³⁴ Suavi Ahıpaşaoğlu ve Evrim Çeltik (2006), *Sürdürülebilir Kursal Turizm*, Ankara: Gazi Kitabevi, s.108.

³⁵ Hasan Ertürk (2004), *Çevre Bilimlerine Giriş*, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi, s. 197.

sağlanmasıdaki en önemli araçlardan biri Çevresel Etki Değerlendirmedir³⁶. Bu bağlamda 16.12.2003 gün ve 25318 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan ÇED Yönetmeliğinin ana ilkeleri³⁷;

- Çevresel değerlendirme sürecinin planlamayla bütünleştirilmesinin sağlanması,
- ÇED sürecinin, yapımı planlanan projenin ilk aşamalarına uygulanmasının sağlanması,
- Proje sahibinin, çevresel hedeflerle ilgili kuruluşlarla işbirliği yapmasının sağlanması,
- Proje ile ilgili karar vericilere, proje ve ÇED raporunun bir arada sunulması ile daha sağlıklı karar sürecinin oluşturulmasının sağlanması,
- Projenin ÇED süreci içerisinde değerlendirilmesi sırasında halkın ve ilgili tarafların katılımının sağlanması şeklinde ifade edilmektedir.

Çevresel Etki Değerlendirmesi Yönetmeliğine göre ÇED: Gerçekleştirilmesi planlanan projelerin çevreye olabilecek olumlu ve olumsuz etkilerinin belirlenmesinde, olumsuz yöndeki etkilerin önlenmesi ya da çevreye zarar vermeyecek ölçüde en aza indirilmesi için alınacak önlemlerin, seçilen yer ile teknoloji alternatiflerinin belirlenerek değerlendirilmesinde ve projelerin uygulanmasının izlenmesi ve kontrolünde sürdürülecek çalışmaları içerir. Proje nedeniyle etkilenmesi muhtemel çevrenin; nüfus, fauna, flora, jeolojik ve hidrojeolojik özellikler, toprak, su, hava, atmosferik koşullar, iklimsel faktörler, mülkiyet durumu, mimari ve arkeolojik miras, peyzaj özellikleri, arazi kullanım durumu, hassasiyet derecesi benzeri özellikler dikkate alınır. Proje kapsamında çevreyi etkileyebilecek olası sorunların belirlenmesi, sera gazı emisyonlarının belirlenmesi ve iklim değişikliğine etkileri gibi özellikler önceden değerlendirilir ve planlama aşamasında gerekli önlemler alınır. Mevzuata göre 500 odalı ve üzeri

³⁶ Demir ve Çevirgen, ss. 167-169.

³⁷ Çevresel Etki Değerlendirmesi, <http://www.ktbvatirimisletmeler.gov.tr/TR.11593/cevresel-etki-degerlendirmesi-ced.html>, (Erişim Tarihi:04.03.2014).

oteller, tatil köyleri ve/veya turizm kompleksleri ve benzeri, Çevresel Etki Değerlendirmesi uygulanacak projeler kapsamındadır³⁸.

Turizm sektörü çevre ile sıkı bağlantıları olan bir sektördür. Plansız ve kontrolsüz yapılan turizm yatırımları bir süre sonra bölgenin çekicilik özelliklerini yitirmesine ve talebi olumsuz yönde etkilemesine neden olacaktır. Bu bağlamda ÇED raporu turistik faaliyetler sonucunda bozulmanın etkilerini ortadan kaldırmak değil, bozulma oluşmadan önüne geçebilmeyi hedeflemektedir. Sürdürülebilirlik kapsamında sera gazı emisyonlarından iklim değişikliğine etkilerine kadar detaylı bir incelemeyi gerektiren ÇED raporu, turizm işletmeleri için zaman ve maliyetli bir süreç olabilmektedir. Ancak uzun dönemli bir karlılık, yöre halkına ve yerel ekonomiye katkıları dikkate alındığında böyle bir değerlendirme sürdürülebilirlik açısından oldukça önemlidir.

3. Ekolojik Ayak İzi Hesaplaması

Çevresel sürdürülebilirliğin ölçülebilmesini sağlayan “Ekolojik Ayak İzi” kavramı doğa üzerindeki insan talebiyle doğal kaynak arzı arasındaki dengeyi incelemektedir. EAİ yararlanılan doğal hizmetlerin dar tanımı çerçevesinde, ekolojik sürdürülebilirliği belli kategorilerde ölçen bir göstergedir.

1990’lı yılların başında Mathis Wackernagel ve William Rees tarafından geliştirilen bu kavram; tükettiğimiz doğal kaynakların yeniden üretimi, oluşan atıkların geri kazanım için ne kadar ve su sahasına ihtiyaç duyulduğunu ortaya koyan bilimsel bir ölçüttür. Doğal kaynaklar ve ekosistem üzerinde insanların tüketimi sonucu oluşan etkiyi ölçmeye yarayan bir araçtır. Biyolojik kapasite ise bir coğrafi bölgenin (ülke, havza, dünya vb.) yenilenebilir doğal kaynakları üretme kapasitesinin göstergesidir. EAİ ve biyolojik kapasite değerlerinin karşılaştırılmasıyla, minimum sürdürülebilirlik ölçütü tanımlanmış olur. Buna göre, toplam EAİ, toplam biyolojik kapasiteden daha az olmalıdır. Bu bağlamda sürdürülebilirliğin tanımına, ekosistem ve tür çeşitliliği, ekosistemlerin sağlığı, zehirli atıklar ya da yenilenemeyen

³⁸Çevresel Etki Değerlendirmesi Yönetmeliği,

<http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.18916&MevzuatIlski=0&sourceXmlSearch=%C3%87ED>. (Erişim Tarihi: 04.03.2013).

kaynakların mevcudiyeti gibi bir dizi etmen dahil edilmemiş olsa da, burada ele alınan sürdürülebilirlik ölçütü, gerekli asgari koşulu ifade ettiği için önemli bir göstergedir³⁹.

EAI, mevcut teknoloji ve kaynak yönetimiyle bir bireyin, nüfusun ya da faaliyetin tükettiği kaynakları üretmek ve yarattığı atığı bertaraf etmek için gereken, biyolojik olarak verimli toprak ve su alanını gösterir. Bu alanlar, dünyanın ortalama biyolojik verimliliğini ifade eden küresel hektar (kha) birimiyle ölçülür⁴⁰.

2007 yılında küresel EAI, toplam 18 milyar küresel hektar (kha) olarak hesaplanmıştır. Bu hesaba göre kişi başına düşen ayak izi Türkiye’de 2,7 kha’dır. Oysa kullanılan kaynakların yeniden üretilmesi ve yaratılan atıkların yok edilebilmesi için kişi başına ortalama 1,8 kha düşmesi gerekmektedir. Benzer şekilde, bu hesaba göre dünyadaki herkes ortalama bir Türkiye vatandaşı kadar tüketseydi, tüm bu insanlar için gerekli kaynakları sağlamak için 1,5 dünya gezegenine daha; herkes şu anda Avrupa’daki yaşam tarzını sürseydi de 2,6 dünya gezegenine daha ihtiyaç olacaktı⁴¹. Dolayısıyla turizmin sürdürülebilirliği açısından ele aldığımızda, ekolojik ayak izi oranını minimuma indirmek amaçlanmaktadır. Bu bağlamda;

- Doğal kaynakları ekolojik sınırları aşmayacak şekilde kullanmak,
- Verimli tarım arazilerine turizm tesisleri inşa etmek yerine tarım arazisi olarak kullanmak,
- İşletme restoranlarında mevsimine uygun ve yerel olarak üretilen meyve sebzeleri tüketmek,
- Otel odalarında balkon kapıları açıldığında otomatik olarak kapanan klima sistemleri kullanmak,
- Misafirleri kısa mesafelerde bisiklet kullanımı için teşvik etmek alınabilecek önlemler arasında sayılabilir.

³⁹ Alessandro Gali vd., ‘‘Türkiye’nin Ekolojik Ayak izi Raporu’’,
http://awsassets.wftr.panda.org/downloads/turkivenin_ekolojik_avak_izi_raporu.pdf.
(Erişim Tarihi: 05.03.2014).

⁴⁰ Gali vd., s.6.

⁴¹ Çevre ve Ekolojik Ayak İzi,
http://abkampi.ces.metu.edu.tr/files/Tema3_Cevre_EkolojikAyakIzi_Logolu.pdf.
(Erişim Tarihi: 05.03.2014)

Buradan hareketle sürdürülebilirliği gerçek ve sağlam temellere oturtmak için EAI sürdürülebilir turizmin önemli araçları arasında yer almaktadır. Bu konuda farkındalık yaratılması sürdürülebilirliğin sağlanması açısından oldukça gereklidir.

IV. Sürdürülebilir Turizm ve Ekonomi

Günümüzde, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede turizm ekonomik büyümenin ve gelişmenin en önemli kaynaklarından biri olarak görülmektedir⁴². 2013 yılında uluslararası turist sayısı 2012'ye göre %5 artışla 1.87 milyar kişiye ulaşmıştır. 2030 yılına kadar ise uluslararası turist sayısının yıllık ortalama %3.3 artışla 1.8 milyar kişiye ulaşacağı öngörülmektedir. 2012 yılında turizm faaliyetlerinden elde edilen gelir ise 1.075 trilyon dolar olarak açıklanmıştır⁴³. Bunun yanı sıra, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi verilerine göre, turizmin gayri safi hasılaya olan etkisi %9.3, istihdama olan etkisi %8.7, dünya toplam ticaret hacmindeki yeri %5.4, sermaye yatırımlarına etkisi ise %4.7 olarak gerçekleşmiştir⁴⁴. Dolayısıyla dünya genelinde seyahate katılan kişi sayısı ile turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirlerdeki bu veriler turizmin önemli bir ekonomik faaliyet ve sektör olduğunu göstermektedir. Bunun devamlılığı için de sürdürülebilirliğin sağlanması her sektörde olduğu gibi turizm içinde oldukça önemlidir.

Yükselen refah düzeyine paralel olarak, seyahate ayrılan gelirin ve ulaşım olanaklarının artması ile büyüyen turizm pazarında en yüksek payı almak için turist çeken ülkeler arasında rekabette buna paralel olarak artmaktadır. Hem WTO'nun, hem de EIU'nun (Economist Intelligence Unit) uluslararası turizm hareketleri ile ilgili olarak yaptığı çalışma; 1950'den günümüze dünya genelinde turizm hareketlerinin yirmi kat arttığını ve önümüzdeki yıllarda da bu artışın yıllık %4.2 düzeyinde devam edeceğini göstermektedir⁴⁵. Bu bağlamda ekonomik bilimciler hızla yükselen ekonomik göstergeler ile ilgilenirken, çevre bilimciler sonuçlarını

⁴² Ozan Bahar ve Metin Kozak (2012), *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık, s. 53.

⁴³ Dünya Turizm Örgütü (2013), "Tourism Highlights 2013 Edition", http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf. (Erişim Tarihi: 15.03.2014).

⁴⁴ Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (2013), "Travel&Tourism Economic Impact World Report", http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2013_1.pdf. (Erişim Tarihi:15.03.2014).

⁴⁵ Bahar (2003), s. 151.

kimsenin öngörmeyeceği iklim değişimine neden olan bir ekonomiye dikkat çekmektedirler⁴⁶.

Benzer şekilde, kitle turizminin hızlı yükselişi çevre üzerindeki oluşturduğu olumsuz etkileri de beraberinde getirmiştir. Çünkü büyük kitleler halinde meydana gelen bu turizm; su kaynakları, toprak ve bitki örtüsü, vahşi doğa hayatı, atmosfer ve tüm ekosistem üzerinde yarattığı olumsuz etkiler artık, ekonomik bir maliyet olarak görülmeye başlanmıştır⁴⁷. Çevrenin bir ekonomik değer olduğu ve gerek ulusal gerekse uluslararası ekonomik büyümeye olan katkısı düşünüldüğünde, ekonomik girdi olarak değer biçilebilecek olan çevresel bir unsurun sınırsızmış gibi tüketilmesi hem ulusal ve uluslararası ekonomiye hem de topluma çok ağır bir maliyet getirmektedir⁴⁸.

Çevre ile ekonomi arasındaki ilişkiye bakıldığında bu iki bilim dalının birbirinden tamamen farklı ilkelere sahip olduğu düşünülebilir. Oysa çevre ve ekonomi biri olmadan, diğerinin sürdürülmesi mümkün olmayan bütünleşik bir yapıya sahiptir. Bu noktada ekonomik çıkarların doğaya egemen olmadığı bir ekonomik model, eko-ekonomi modeli olarak tanımlanmaktadır. 21. yüzyılın yeni paradigması olarak gelişen bu model, eko-sistemin sürdürülebilirliğini gözetken çevre dostu yatırım, üretim ve tüketim biçimlerinin göz önünde bulundurularak gerçekleştirilmesi esasına dayanır. İktisadi düşüncenin tarihsel gelişimi temel alındığında eko ekonomi kavramının şekillenmesi iki dönem olarak ele alınmaktadır;⁴⁹

- 1) Doğayı sadece bir 'üretim faktörü' niteliğine indirgeyen iktisadi düşünce biçimleri ile tabiatın kendini yenileme kapasitesi dikkate alınmaksızın sürdürülen sanayileşme süreci ve
- 2) Bir üretim faktörü olarak 'sınırlı' doğal kaynakları kullanan ekonomik büyüme sürecinin, kendisinin de yine 'doğal sınırlara' sahip bulunduğu görüşü çerçevesinde 1960'lı yıllardan başlayarak günümüze ulaşan

⁴⁶ Lester R. Brown (2003), *Eko-ekonomi: Dünya İçin Yeni Bir Ekonomi Kurmak*, Çeviren: A.Y. Erkan, Tema Vakfı Yayınları: İstanbul, s. 287.

⁴⁷ Lino Briguglio vd. (1996), *Sustainable Tourism in Island&Small States: Issues and Policies*, London: Pinter, s. 72.

⁴⁸ Kahraman ve Türkay, s. 34.

⁴⁹ Şenkan Aldemir ve Şafak Kaypak, (2008), "Eko-ekonomi Kavramı ve Türkiye İçin Bölgesel Ölçekli Bir Değerlendirme", **2.Ulusal İktisat Kongresi**, DEÜ. İ.İ.B.F., İzmir, 20-22 Şubat.

tartışma süreci şeklinde belirlenen bir dönemsel sınıflama dâhilinde incelenebilir.

Çevresel ekonomi olarak da anılan eko-ekonomi, “doğal kaynak ve zenginlikleri –sürdürülebilir bir düzeyin üzerinde- tüketmeyen, karlı bir ekonomik yapılanma” olarak tanımlanabilir⁵⁰. Sürdürülebilirlik kavramının temelinde ise ekonomik büyümeyi doğanın taşıma kapasitesini aşmadan gerçekleştirme düşüncesi yatmaktadır⁵¹. Sürdürülebilirlik ile ekonominin pozitif yönlü ilişkisi son derece önemlidir. Çevreyi içinde barındırmayan bir turizm düşünülmemeyeceği gibi, turizmi göz ardı eden bir ekonomik kalkınma da düşünülemez. Turizm paydaşları açısından eko ekonomi şu şekilde değerlendirilebilir⁵²;

- Turizm işletmeleri açısından eko-ekonomi (atık yönetimi, enerji ve su tasarrufu uygulamaları, doğal sisteminin korunması vb. sürdürülebilir uygulamalar, yeşil pazarlama),
- Ülkesel, bölgesel ve yerel turizm bölgeleri açısından eko-ekonomi (gelir dağılımında eşitlik, eko-vergi, doğal ve kültürel mirasın korunması, sürdürülebilirlik ilkesine dayalı uzun dönemli plan ve politikalar),
- Ulusal ve uluslararası tüketiciler açısından eko-ekonomi (sürdürülebilir uygulamaları destekleme, bilinçli ve sorumlu davranma).

Buradan hareketle turizm açısından değerlendirilen üç temel eko-ekonomik unsurun sürdürülebilir turizmin tanımında yer alan ekonomik, çevresel, kültürel ve sosyal bütünlüğe dikkat çektiği gözlenmektedir.

Freytag ve Vietze tarafından ortaya konulan çalışmada ekonomik büyümede sürdürülebilir turizmin etkisine dikkat çekilmektedir. Biyoçeşitliliğin gelişmekte olan ülkelerde turizm gelirlerini arttırması yolu ile kalkınma sürecine olan etkisi araştırılmıştır. Zengin biyolojik çeşitliliğin –sürdürülebilir olarak kullanıldığında- birçok gelişmekte olan ülkenin turizmüne pozitif faydalar sağlayacağı belirtilmiştir. Yapılan araştırmalar sonucunda gelişmekte olan ülkelerde, biyoçeşitlilik içe yönelik turizm gelirleri ile anlamlı ve pozitif bir etkileşim içinde olurken, gelen turist

⁵⁰ Aldemir, s. 6.

⁵¹ Yusuf Bayraktutan ve Sefer Uçak (2011), “Ekolojik İktisat ve Kalkınmanın Sürdürülebilirliği”, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Cilt 3, Sayı 4, s.18.

⁵² S. Emre Dilek (2014), “Sürdürülebilir Turizm ve Ekonomi”, Metin Kozak (Ed.) *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 90-91.

sayısında anlamlı bir değişikliğe yol açmamıştır. Biyoçeşitlilik kitle turizmini etkilememiş ancak bireysel turizmi etkilediği açıkça görülmüştür. Kısaca ifade etmek gerekirse sürdürülebilir turizmin ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkisini görmek mümkündür ve sürdürülebilirlik kapsamında biyoçeşitliliğin korunması kaliteli ve yüksek bütçeli turistleri çekmek açısından önemlidir⁵³.

Turizm başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, turizm potansiyeline sahip birçok ülkede; istihdama, gelir düzeyine, dış-ıç borç yükünün hafiflemesine, ödemeler dengesine ve sonuçta ülke insanın refah düzeyinin yükselmesine önemli ölçüde katkılar sağlamaktadır⁵⁴. Bu bağlamda gelişmekte olan ülkeler açısından ekonomik bir sürdürülebilirlik turizmin sürdürülebilirliğine bağlıdır ve aynı zamanda ekonomik gelişme ile sürdürülebilir turizmin birbirinden ayrı düşünölemeyeceği bir gerçektir.

Böylece 30 yıllık süreç içerisinde dünyanın geldiği noktada söz konusu ekonomi ve çevre ile ilgili bazı gerçekler şu şekilde ifade edilebilir;⁵⁵

- Dünya nüfusu 7 milyarı geçmiştir.
- Petrol tüketimi 46 milyon varilden 73 milyon varile yükselmiştir.
- Hava trafiği 6 kat artmıştır.
- Dünyadaki motorlu taşıt sayısı 3 kat artmıştır.
- Avlanan balık sayısı 1970 yılında bu yana 2 kat artmıştır.
- Ormanların yarısı yok olmuştur.
- Tarım topraklarının % 40'ı verimsizleşmiştir.
- Dünyanın ortalama ısısı 0,37 derece artmıştır.
- Bataklıkların yarısı doldurularak veya kurutularak yok edilmiştir.
- Birleşmiş Milletlerin araştırmalarına göre zengin ülkeler ile yoksul ülkeler arasındaki gelir farkı oranı 72 kat artmıştır.
- 1950 yılında 6 trilyon dolar olan dünya mal ve hizmetler çıktısı, yıllık %3'lük büyüme ile 2000 yılında 43 trilyon Dolarına çıkmıştır.

⁵³ Andreas Freytag ve Christoph Vietze (2010), "Can Nature Promote Development? The Role of Sustainable Tourism for Economic Growth", *Jena Economic Research Papers* 8, s.1.

⁵⁴ Bahar ve Kozak, s. 54.

⁵⁵ Dilek, s. 89.

Bu verilerden hareketle çevre- turizm-ekonomi bağlamında sürdürülebilir bir anlayışın benimsenmesi gerektiği bir gerçektir. Bu gerçeğin göz ardı edilmesi durumunda hem ekonomik büyüme hem de ekolojik çevrenin devamlılığı sağlanamayacaktır.

Ekolojik iktisat yazını incelendiğinde bu kavramın 1980'lerin sonunda oluşmuş, disiplinler arası çevresel araştırmalar yapan ve geleneksel doğal kaynaklar ekonomisine alternatif olarak görülen bir disiplin olduğu kabul edilmektedir. Ekolojik iktisat, geniş anlamda, üretim ve tüketimle çevrelenen iktisadi davranışları, bunların piyasa sonuçlarını, ekonomik, sosyal ve etik boyutuyla inceleyen; sürdürülebilir kalkınma, nesiller arası adalet, ekonominin bir alt sistemi olan yerel ve küresel ekosistem, fiziksel göstergelerle (materyaller, enerji, kimyasal ve biyolojik varlıklarla) şekillenen metodolojik yaklaşım ve kapsamlı sistem analizlerinden oluşmaktadır⁵⁶.

Tablo 1.6 incelendiğinde neo-klasik iktisat ile ekolojik iktisat arasında önemli farklılıkların olduğu görülmektedir. Ekolojik iktisat daha çok geleceğe yönelik uzun dönemli bir sürdürülebilir kalkınma üzerinde dururken, neo-klasik iktisat çevresel sorunların çözümünde fayda maksimizasyonunu önermektedir. Sürdürülebilir turizm açısından değerlendirdiğimizde çevre zararlarını en aza indirebilmek için Pigou'nun yaklaşımı yol gösterici olabilir. Örneğin bir konaklama tesisi, diğer firma ya da tüketicileri olumsuz olarak etkileyen bir atık üretmektedir. Tesisin özel marjinal maliyeti atığın etkisini hesaba katmadığından, toplumsal marjinal maliyetten daha az olacak; bu nedenle de firmanın üretimini toplumsal olarak istenen düzeye indirmenin yöntemi, toplumsal ve özel marjinal maliyetler arasındaki farkı ortadan kaldıracak bir vergi ya da harç koymak olacaktır⁵⁷.

Çevresel ekonomi yazınına bakıldığında ise ekonomi ile sürdürülebilirlik ilişkisi, doğal olarak ekonominin büyümesiyle ilişkilendirilmekte ve ekonomi büyüdükçe ülkenin gelir düzeyinin artmakta olduğu, gelir düzeyi arttıkça da çevre kirliliği yaratan sektörlerin zayıf çevresel düzenlemelere sahip gelişmekte olan ülkelere girerek yarattığı çevresel bozulmanın azalacağı ifade edilmektedir. Söz konusu bu düşünüm ise Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezi ile ortaya konulmaktadır⁵⁸.

⁵⁶ Bayraktutan ve Uçak, s. 24.

⁵⁷ Bayraktutan ve Uçak, ss. 22-23.

⁵⁸ Dilek, s. 92.

Tablo 1.6: Ekolojik ve Neo-klasik İktisat Arasındaki Farklılık

EKOLOJİK İKTİSAT	NEO-KLASİK İKTİSAT
1.Optimal ölçek	1.Etkin tahsis ve dışsallıklar
2.Sürdürülebilirlik önceliği	2.Etkinlik önceliği
3.Gereksinimlerin karşılanması ve eşit dağılım	3.Pareto etkinliği
4.Sürdürülebilir kalkınma	4.Soyut modeller içinde sürdürülebilir büyüme
5.Büyümede kötümserlik	5.Büyümede iyimserlik
6.Fiziksel ve biyolojik göstergeler	6.Parasal göstergeler
7.Uzun dönemli odaklanma	7.Kısa dönemden orta döneme odaklanma
8.Yerel topluluklar	8.Küresel piyasa ve soyutlanmış bireyler
9.Sınırlı bireysel rasyonalite ve belirsizlik	9.Fayda ve kar maksimizasyonu
10.Neden-sonuç ilişkileri ile bütünlük modeller	10.Dışsal maliyetlerle uygulanmış genel denge modelleri
11.Çok boyutlu değerlendirme	11.Fayda-maliyet analizleri
12.Çevresel etik	12.Faydacılık ve işlevselcilik
13.Sistem analizleri	13.Dışsal maliyetler ve iktisadi değerlendirme
14.Somut ve Belirli	14.Soyut ve Genel

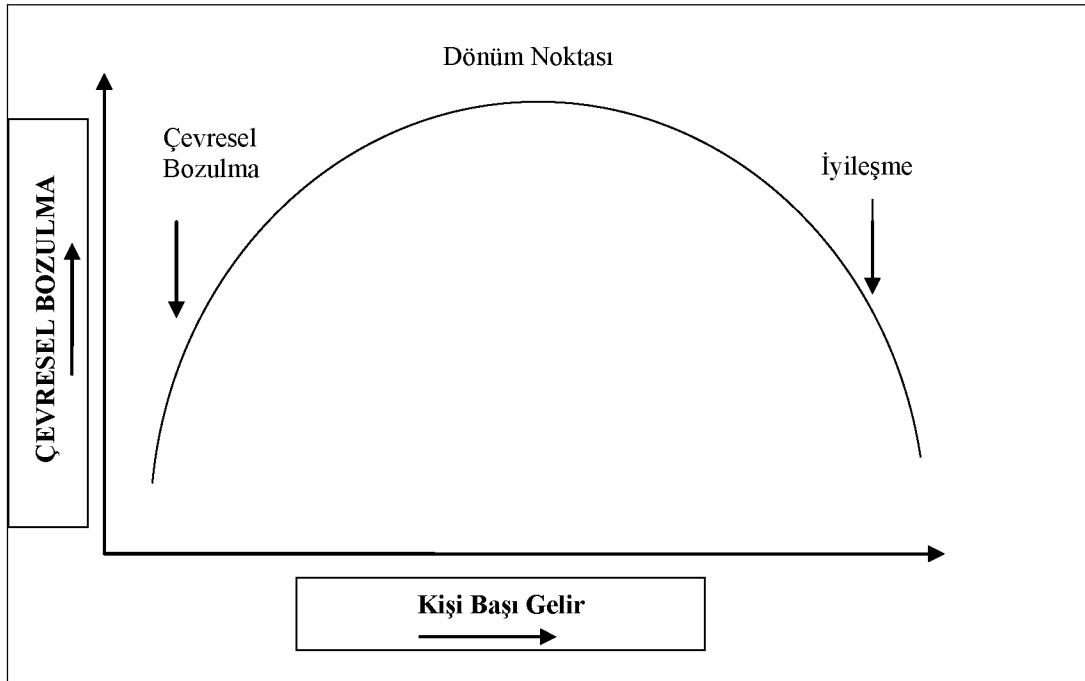
Kaynak: Jeroen Bergh (2000), “Themes, Approaches, and Differences with Environmental Economics”, **Tinbergen Institute**, Amsterdam, s. 9.

Şekil 1.2’de gösterildiği gibi çevre kirlenmesi ile kişi başına düşen gelir miktarı, Kuznets Eğrisi’nde olduğu gibi Ters U veya çan eğrisi biçiminde ortaya çıkmaktadır. Bu eğri ekonomi literatüründe Çevresel Kuznets eğrisi olarak adlandırılmaktadır⁵⁹. Bu kavram kişi başı kirlilik miktarı ile kişi başı Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) arasındaki ilişkiyi inceleyen yaklaşımlar olarak karşımıza çıkar ve buna göre, kalkınmanın başlangıcında doğal kaynakların kullanımı ve çevresel atıklar yüksek düzeylerde olurken, kalkınma düzeyi arttıkça çevreyi koruyan teknolojiler ve bilgi yoğun üretim, çevresel düzelmeye neden olmaktadır⁶⁰.

⁵⁹ Abdullah Kocapınar (2009), “Sürdürülebilir Turizm ve Çevresel Kuznets Eğrisinin Türkiye Turizmi İçin Geçerliliği”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, s.64.

⁶⁰ Bayrakturan ve Uçak, ss. 21-22.

Şekil 1.2: Çevresel Kuznets Eğrisi



Kaynak: B.Yandle vd., (2004), 'Environmental Kuznets Curves:A Review of Findings, Methods and Policy Implication, *PERC Research Study*, 2(1), s.3.

Çevresel Kuznets Eğrisini daha açık bir şekilde ifade etmek gerekirse, Şekil 1.2'den de anlaşılacağı üzere, ekonomik gelişmenin ve ticari faaliyetlerin ilk dönemlerinde çevresel bozulma artarken ekonomik büyüme gerçekleşmektedir. Ancak çevresel bozulma bu şekilde sürekli devam etmeyeceği için ekonomik faaliyetlerin zaman içerisinde artması sonucu kırılma noktası yaşanmakta çevrenin de ele alındığı bir ekonomik sisteme doğru gidilmektedir. Diğer bir deyişle, gelişme devam ettikçe ekonomi yapısal bir dönüşüme uğrayarak bilgi yoğun endüstrilere ve hizmetlere yönelmektedir. Bu gelişmelere daha bilinçli ve duyarlı çevresel koşullar eşlik etmektedir. Diğer bir ifadeyle ekonomik büyüme ile birlikte çevresel bilinç arttıkça eko-ekonominin de alt yapısı oluşmuş olmaktadır⁶¹.

Kısaca ifade etmek gerekirse, her ne kadar ekonomik kalkınma ve çevrenin korunması konuları birbirinin karşıtı olarak görünse de aslında birbirini destekler nitelikte olduğu bir gerçektir. Turizmi tüketebilir bir kaynak haline getirecek en temel

⁶¹ Kocapınar, ss. 64-65; Kozak s. 93; Yandle vd., ss. 3-4.

unsur, geri dönülmeyecek bir evre bozulmasıdır⁶². Turizm sektöründe meydana gelen gelir artışıının kalkınmada pozitif bir etkisi vardır ve bu bağlamda turizmin sürdürülebilirliği kaynakların korunması ve devamlılığının sağlanması bağlıdır.

⁶² Bahar (2003), s. 151.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM TALEBİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLİŞKİSİ

I. Turizm Talebinin Tanımı, Önemi ve Özellikleri

İktisat teorisinde talep belirli bir dönemde farklı fiyatlardan tüketicilerin satın almak istedikleri ve satın alma gücüyle desteklenmiş mal ve hizmet miktarıdır⁶³. Turizm talebi ise genel anlamıyla ifade edilen talep kavramıyla neredeyse benzerdir. Bu bağlamda turizm literatürüne baktığımızda turizm talebi ile ilgili birçok tanıma rastlamak mümkündür.

Turizm talebi, “yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip insanların turistik mal ve hizmetlerden belirli bir piyasada, belirli bir fiyata ya da bedelsiz olarak rasyonel ve irrasyonel nedenlerle belirli bir dönemde satın almaya veya yararlanmaya karar verdikleri miktardır”⁶⁴. Bir başka tanıma göre “insanların turizm ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yeterli alım gücü ve boş zaman ile desteklenmiş olan, turistik mal ve hizmetleri satın alma istediğinde bulunan insan miktarı”⁶⁵ turizm talebi olarak ifade edilmektedir. Diğer bir tanımda ise turist gönderen bir merkezden turist çeken bir merkeze yönelik olan akımdır⁶⁶.

Bu tanımlardan da anlaşılacağı gibi bir şeyi çok istemek talebin oluşması için yeterli değildir. Öncelikle kişinin turistik ürünü satın alabilecek gelire sahip olması, turistik faaliyeti gerçekleştirmek için boş zamanın olması ve son olarak turistik ürünü satın alabilmek için ödeme yapmaya istekli olması gerekmektedir. Turizm talebinden söz edebilmek için, aşağıdaki koşulların gerçekleşmesi gerekir⁶⁷:

- Turizm talebi için gereksinimleri karşılayabilecek mal ve hizmetlerin var olması,
- Turistik mal ve hizmetlerin belirli bir piyasada, belirli bir fiyata turistlerin hizmetine sunulmuş olması,

⁶³ Yılmaz Kılıçaslan vd., (2013), *İktisada Giriş*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları , s.29.

⁶⁴ Hasan Olalı (1991), *Turizm Pazarlaması*, İzmir: İstiklal Matbaası, s. 124.

⁶⁵ Öcal Usta (1992), *Turizm*, İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, s. 114.

⁶⁶ Şükrü Yarcın (1998), *Turizm Endüstrisinin Yapısı*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayını, s. 29.

⁶⁷ Nazmi Kozak,, M. Akoğlan. Kozak ve Metin Kozak (2001), *Genel Turizm İlkeler Kavramlar*, Ankara: Turhan Kitapevi, s.62.

- Tüketimde bulunacak kimsenin belirli bir gelire ve boş zamana sahip olması,
- Tüketicinin ürün ve hizmetlerden yararlanmak için isteğinin olması,
- Tüketim zamanının kesin olarak sınırlarının çizilmiş olması gerekmektedir.

Belirtilen özelliklere sahip ancak bilgisi ya da parasal nedenlerle seyahat etmeye gücü olmadığı için turistik faaliyetlere katılamayan kişileri de göz önünde bulundurmak gerekir. Toplam turizm talebi üç temel bileşenden meydana gelmektedir⁶⁸.

1.Gerçek (Efektif) Turizm Talebi: Neredeyse bütün turizm istatistiklerinde yer alan ve en yaygın olan turizm talebidir. Turizmde aktif olarak yer alan, çekim merkezine doğru seyahat eden gerçek kişilerden oluşmaktadır. Efektif talep satın alma isteği ile birlikte satın alma gücü olan, turizm ürününü satın alarak seyahat ve turizm faaliyetlerinde bulunan grupları ifade eder.

2.Bastırılmış Turizm Talebi: Nüfusun çeşitli kısıtlamalar nedeniyle seyahat edemeyen kısmını oluşturur. Bastırılmış talep iki unsurdan oluşur. Potansiyel turizm talebi ve ertelenmiş turizm talebi. Potansiyel turizm talebi, koşullarında değişiklik olduğu zaman seyahat edecek kişileri ifade etmektedir. Ertelenmiş turizm talebi ise arz verilerinden kaynaklanan geçici bir problem ya da kısıtlayıcı bir unsur nedeniyle ertelenmiş bir taleptir.

3.Gerçekleşmeyen Talep: Seyahat etmek için gerekli olanaklara sahip olmadığı ya da faaliyetler konusunda bilgi sahibi olmadığı için seyahat talebini gerçekleştiremeyen kişilerden oluşur. Efektif talebe dönüştürülme ihtimali düşüktür.

Turizm sektörünün önemli unsurlarından biri olan talep, iç ve dış turizm talebi olarak gruplandırılır. Buna göre, ülke insanının kendi ülkesi içinde yapmış olduğu turizm faaliyetlerine yönelik talep, ülke içi turizm talebidir. Ülke dışı turizm talebi ise, ülke insanının kendi ülkesi dışında yapmış olduğu turizm faaliyetine

⁶⁸ Chris Cooper (1999), *Tourism: Principles and Practice*, Addison Wesley Longman: Harlow Essex, ss. 24-25.

yönelik olan taleptir. Dünya genelinde dış turizm talebi ise, kendi ülkeleri dışında turizm amacıyla seyahat etmek isteyenlerin oluşturduğu taleptir⁶⁹.

Turizm sektörünün ülkelerin ekonomik zenginliğine daha fazla katkı sağlayabilmesi, kaynakların etkili ve verimli kullanımı ve sonuçta turizmden arzu edilen gelirin ve payın elde edilmesi açısından turizm talebinin iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Turizm talep analizleri ileriye dönük plan ve politikaların belirlenmesinde, yapılacak olan yatırımlarda daha sağlıklı karar verilmesinde kolaylık sağlayacaktır. Bu nedenle turizm talebi, etkili bir ekonomik gelişme ve büyümenin başarılabilmesinde önemli bir rol göstericidir⁷⁰.

Turizm talebi ekonomideki diğer ürün ve hizmetlere yönelik talebe göre bazı farklılıklar ve özellikler göstermektedir. Bu özellikleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür⁷¹:

- Turizm talebi bağımsız (otonom) bir talep niteliğindedir. Çünkü insanları seyahate iten çeşitli nedenler vardır. Bu nedenler insanların atmosfer değiştirme ve kişisel tatmin beklentilerinin bir sonucudur.
- Turizm talebi çok yönlü özellikler taşımaktadır. İnsanlar fiziksel bir rahatlığa, psikolojik bir mutluluğa ulaşma ve ticari faaliyete katılma gibi çok sayıda motifin etkisiyle seyahate yönelmekte ve farklı turizm çeşitlerine farklı şekilde katılmaktadır.
- Turizm talebi kişisel harcanabilir gelirin kullanılması ile ilgilidir. Diğer bir deyişle turizm talebi kişilerin gelirlerine bağlıdır. Turizm talebi ile kişisel harcanabilir gelir arasında pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur.
- Turizm talebine konu olan turizm ürünü, ekonomideki lüks ve kültürel nitelikteki diğer ürün ve hizmetlerle rekabet halindedir. Bu rekabet kişisel tercihlere bağlıdır. Turistik ürünün yerini lüks nitelikteki mal ve hizmetler alabilir.

⁶⁹ Bahar ve Kozak (2012), ss. 111-112.

⁷⁰ Bahar ve Kozak (2012), s. 113.

⁷¹ Ozan Bahar (2000), "Turizm Talebini Etkileyen Faktörler ve Bu Faktörlerin Güney Ege Turizmi Açısından İncelenmesi", **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, M.Ü.S.B.E., Muğla, s.28; Bahar ve Kozak (2000), ss.112-113.

- Turizm talebinin ikame olanaklarının fazla olması, tüketim tercihlerine ekonomik, politik ve sosyal faktörlerin etki etmesi talebe elastik (esnek) bir özellik kazandırmaktadır.
- Turizm talebi, mevsimlik bir özellik taşımaktadır. Bu nedenle de, turizm talebini yılın değişik mevsimlerine dağıtmak oldukça zor olmaktadır.
- Turizm talebi, ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Talebin gelişmiş ülkelerin yer aldığı coğrafyada yoğunlaştığı görülmektedir.

Kısaca ifade etmek gerekirse turistik hizmetlerin dayanıksız olması, depolanamaması, üretildiği yerde tüketilmesi, satın almadan tecrübe etme şansı olmaması gibi faktörler turizm talebinin iyi analiz edilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Şöyle ki, satılmayan otel odaları ve turistik faaliyetlerin daha sonra satılmak üzere stoklanması mümkün değildir. Bu nedenle arz kaynaklarının talebe uygun hale getirilmesi, taşıma kapasitesine yönelik uygun faaliyetlerin tasarlanması ve planlama yapmak açısından, turizm talebini iyi analiz etmek ve doğru tahminlerde bulunmak oldukça önemlidir. Benzer şekilde sürdürülebilir turizm politikaları açısından da arzın mevcut talebe uygun şekilde artırılması, ülkenin doğal kaynakları üzerinde de bir baskı yaratmayacaktır.

II. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Endüstri devrimi ile birlikte yaşanan gelişmeler zaman içinde turizm hareketlerini hızlandıran önemli bir etken olmuştur. Boş zamanın artması, ücretli tatil hakkı, teknolojik gelişmeler, gelir düzeyinin artması ve turizm bilincinin oluşması gibi birçok faktör turizmin gelişmesine ve talebin artmasına neden olmuştur.

Turizm talebini etkileyen faktörler ekonomik, toplumsal ve demografik ve diğer faktörler olarak üç ana başlık altında toplanabilir. Bu faktörlerin her biri ayrıntılı olarak aşağıda açıklanmaktadır.

A. Ekonomik Faktörler

Ekonomik faktörler her sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de önemli bir konuma sahiptirler. Yeterli satın alma gücüne sahip olmayan bir kişinin turizm

faaliyetini gerçekleştirebilmesi mümkün olmayacaktır. Potansiyel bir turist turizm kararı verirken⁷²;

- Kendi gelir düzeyini,
- Gideceği bölgedeki fiyat düzeyini,
- Döviz kurlarını,
- Ulaştırma maliyetini dikkate almak durumundadır.

Turizm talebi etkileyen başlıca ekonomik faktörler şunlardır; ülkeler arası döviz kurları, ulusal gelir, turistik ürün ve hizmetlerin fiyatları, kişi başına düşen reel gelir, nispi döviz kurları, seyahat edilen yere olan uzaklık, tanıtım harcamaları olarak sıralanabilir.

1. Turistik Ürün ve Hizmet Fiyatları

Bir mal ya da hizmetin talebini ilk başta etkileyecek olan unsurun, o mal veya hizmetin fiyatı olması, talep yasasının normal bir sonucudur⁷³. Bu durumla bağlantılı olarak turizm talebini, ürün fiyatının bir fonksiyonu olarak görmek mümkündür;

$$D_t = f(P_t)$$

Bu eşitlikte D_t turizm talebini, P_t ise turistik ürün ve hizmetlerin fiyatını göstermektedir⁷⁴. Buna göre bu fonksiyon diğer koşullar aynı kalmak şartıyla (ceteris paribus), fiyatla talep edilen miktar arasındaki ters yönlü ilişkiyi göstermektedir. Buna göre, fiyatların düşmesi turizm talebini arttırıcı, fiyatların yükselmesi turizm talebini azaltıcı bir etki meydana getirmektedir.

Yapılan araştırmalar ve elde edilen bulgular sonucu, turizm talebinin fiyat esnekliği oldukça yüksektir. Şöyle ki seyahat talebinin, fiyatların genel düzeyine karşı aşırı ölçüde duyarlı olduğu bilinmektedir⁷⁵. Ürünler arasında rekabet ve ikame derecesi arttıkça fiyat esnekliği de artar. Çünkü fiyata duyarlı olan turistler daha düşük fiyatlı alternatiflere yönelirler. Örneğin tatil amaçlı turizmin fiyat esnekliği iş

⁷² Murat Çuhadar (2006), "Turizm Sektöründe Talep Tahmini için Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama)", **Basılmamış Doktora Tezi**, Süleyman Demirel Üniversitesi S.B.E., Isparta, s. 43.

⁷³ Nazmi Kozak (2012), *Genel Turizm Bilgisi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını, s. 79.

⁷⁴ Orhan İçöz (2005), *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Turhan Kitapevi, s. 119.

⁷⁵ Bahar ve Kozak (2012), s.119.

amaçlı seyahatlere göre daha yüksek olduğu bulunmuştur⁷⁶. Kısaca ifade etmek gerekirse tatil amaçlı turistik faaliyette bulunacak kişi fiyata daha çok duyarlıdır ve fiyatlardaki yukarı veya aşağı doğru değişimler talep üzerinde önemli etkiye sahiptir.

2. Gelir Dağılımı ve Harcanabilir Gelir

Turizm talebini etkileyen diğer önemli faktör harcanabilir gelir düzeyidir. Turizm talebinden söz edebilmek için öncelikle barınma, beslenme gibi temel ihtiyaçların ötesinde, turizm faaliyetinde bulunacak kişilerin harçayabilecekleri düzeyde gelirlerinin olması gerekir⁷⁷. Diğer tüketicilerde olduğu gibi, turistlerin mal ve hizmetlere olan talepleri kişisel harcanabilir gelir düzeyi ile doğru orantılıdır. Şöyle ki kişisel harcanabilir gelir düzeyi artarken, turistik mal ve hizmetlere olan talep de artmaktadır.

Turizm talebini etkileyen faktörlerden bir diğeri de, gelir dağılımıdır. Bir ülkenin ulusal gelirinin toplumdaki bireyler arasında eşit dağılması durumunda, o ülkedeki tüketim eğilimi artacak buna paralel olarak da turizme katılacak olan kişilerin sayısında artış yaşanacaktır. Başka bir deyişle, bir ülkede gelir dağılımı eşitsizliği ne kadar fazla ise kişi başına düşen gelir düşük olacağı için turizm talebi de düşük olacaktır⁷⁸.

3. Nispi Döviz Kurları

Turizm talebini etkileyen ve ekonomik unsurlar arasında incelenmesi gereken bir konu da nispi döviz kurlarıdır. Daha önce gidecekleri ülkeyi ziyaret etmemişler ise, turistlerin çok azı gidecekleri ülkedeki fiyatları tümüyle bilmektedir. Bu nedenle turistler gidecekleri ülkedeki fiyat düzeylerini, kendi paralarının döviz kuru üzerinden hesaplayarak tahmin etmek isterler⁷⁹.

Bir ülkenin para biriminin değerindeki artış, o ülkeyi turistler için pahalı duruma getirirken diğer taraftan turist gönderen ülkenin para biriminin diğer ülkelere göre değer kaybetmesi ülke dışına seyahat edecek turistler üzerinde gelir azaltıcı etki

⁷⁶ Çuhadar, s. 46.

⁷⁷ Çuhadar, s. 47.

⁷⁸ Bahar ve Kozak (2012), s. 117.

⁷⁹ Kozak, 79.

yapacaktır. Örneğin 1980'lerde İngiliz Sterlini bir dolar seviyelerine düşmüş ve bu ülkeye yönelik seyahat yoğunluğu belirgin bir şekilde artış göstermiştir. Daha sonra sterlinin yaklaşık iki dolara yükselmesi, İngiltere'ye olan dış turizm talebinde düşüşe, İngiltere'den Amerika'ya olan seyahatlerde ise artışa neden olmuştur⁸⁰.

4. Uzaklık

Uzaklık, turizm talebi üzerinde etkili olan en önemli faktörlerden biridir. Ekonomik uzaklık iki bölge arasındaki ulaştırma için gerekli zaman miktarını ve ulaştırma maliyetini kapsamaktadır⁸¹.

Uzaklığın talep üzerinde iki türlü etkisi bulunmaktadır. Birincisi, seyahat mesafesi arttıkça seyahatin süresi de artacağından, bu uzaklık ek bir maliyet getirecek aynı zamanda tatil süresinin kısılmasına da neden olacaktır. Teknolojik gelişmelerle birlikte uzaklık kavramının görünüşte etkisi azalmış olsa da, uzaklık hala önemli bir caydırıcı faktör olarak turizm talebini etkilemektedir. Uzaklığın talep üzerindeki diğer etkisi ise uzaklıkla beraber maliyetlerin de artmasıdır. İnsanlar benzer özelliklere sahip iki turizm bölgesi arasında seçim yapmak durumunda kaldıklarında kendilerine yakın olanı seçeceklerdir. Turist gönderen ülkelere daha yakın olan turizm bölgeleri birbirleri ile rekabet konusunda daha avantajlı bir konuma sahiptirler⁸².

5. Tanıtım ve Reklam

Turizmde tanıtım kavramını; enformasyon, iletişim, reklamcılık, halkla ilişkiler vb. bilgi, teknik ve yöntemlerin etkin ve eşgüdümlü kullanılması sonucunda hedef Pazar ülkede bir bilgilendirme, aydınlatma ve imaj yaratma faaliyetlerinin tamamı olarak tanımlamak mümkündür. Tanıtım faaliyetlerinde tanıtılmak istenen bölgenin veya turistik ürünün nesnel biçimde ve abartılmadan sunulması, ülkeyi

⁸⁰ Çuhadar, s. 51.

⁸¹ Kozak, s. 81.

⁸² Bahar ve Kozak (2012), s. 119.

ziyaret etmek isteyecek bir fiili talebin yaratılması ve bu talebin sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir⁸³.

Turizm açısından reklam ise ‘tatil yapabilecek parası ve zamanı olduğu halde henüz karar vermemiş insanlara hitap ederek onları gezi yapmak için belirli bir yere göndermek amacıyla, bir ülkenin veya yörenin turistik zenginliklerini tanıtarak ilgi uyandırmak ve talebi arttırmak için sarf edilen çabalar’⁸⁴ olarak tanımlanmaktadır.

Reklam ve tanıtım için, çok iyi hazırlanmış ve canlı fotoğraflarla donatılmış bir broşür, radyo ve TV reklamları, yurt dışında düzenlenen seminer ve konferanslar, TV dizileri ve filmler kullanılmakta ve bunların turizm talebini arttırdığı gözlenmektedir⁸⁵. Örneğin, T.C Turizm Bakanlığı’ndan elde edilen verilere dayanılarak yapılan bir çalışmada özellikle televizyonda yer alan turizm amaçlı reklamların turizm talebini arttırdığı gözlenmiştir⁸⁶.

Kısaca belirtmek gerekirse tanıtma ve reklam faaliyetlerinin turizm talebini arttırmaya yönelik etkisi olduğu bir gerçektir. Buradan hareketle, ülkeler turizmden daha fazla pay alabilmek ve rekabet gücünü arttırmak için reklam ve tanıtım etkinliklerine daha fazla kaynak ayırmalıdır.

B. Toplumsal ve Demografik Faktörler

Turizm talebi etkileyen ekonomik faktörlerin yanı sıra eğitim düzeyi, aile yapısı, meslek, yaş ve cinsiyet gibi toplumsal ve demografik faktörler de talebi etkilemektedir. Turizm talebi üzerinde etkili olan bu faktörlerin belirlenmesi ileriye dönük planlamalarda etkili olacaktır. Söz konusu faktörlerle ilgili açıklamalara aşağıda sırasıyla yer verilecektir.

1. Moda, Zevk ve Alışkanlıklar

Fiyat faktörünün talep üzerindeki negatif etkilerini azaltan en önemli faktörler; moda eğilimleri, alışkanlıklar ve zevk amaçlı tüketimdir. İnsan yaşamını yönlendiren

⁸³ F.Gül Çetinel (2001), “Turizmde Tanıtım ve Reklam Faaliyetlerinin Önemi”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 12, Sayı 2, s. 152.

⁸⁴ Çetinel, s. 153.

⁸⁵ Bahar ve Kozak (2012a), s. 120.

⁸⁶ Çetinel, s. 161.

en önemli etkenlerden olan moda, zevk ve alışkanlıklar; diğer ürün ve hizmetlerde olduğu gibi, turizm ürün ve hizmetlerine yönelik talebi de etkilemektedir⁸⁷.

Ekonomide moda, zevk ve alışkanlıklarla ilgili talebi belirleyen üç faktörden söz edebiliriz: Snob etkisi (züppe etkisi), Bandwagon etkisi (sürü etkisi) ve Veblen etkisi (gösteriş etkisi). Bandwagon etkisi, toplumu yönlendiren bazı kitlelerin bir ürünü tüketmesi sonucunda bu kişilerle kendilerinin aynı statüde olduğunu göstermek isteyen kişilerin de bu ürünleri talep etmeleri olarak tanımlanabilir. Ünlü bir modacının giydiği markanın bu kişiye özenen insanlar tarafından da talep edilmesi ya da akıllı telefonlara olan talebin artması sürü etkisine örnek gösterilebilir. Snob etkisi tüketicinin bir malı herkes tüketmeye başladığı noktada bu maldan vazgeçmesidir. İnsanları sürüden ayrı olma, herkesin yaptığını yapmama veya diğer insanlardan farklı olma çabası ürüne olan talebi azaltmaktadır. ABD’li sosyal bilimci ve ekonomist Thorstein Veblen tarafından geliştirilen Veblen etkisi ise ürünün fiyatının ürüne olan talebi etkilemesi şeklinde açıklanabilir. Diğer bir ifadeyle, bir tüketim ürününe olan talebin artmasının, o ürünü fiyatının düşük olmasından ziyade yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Ürün ve hizmetlerin kazanılacak statü nedeniyle satın alınması Veblen’in ortaya attığı açık tüketim kavramıdır. Malların fiyatı arttıkça talep edilen miktarlarda artmaktadır. Örneğin “balayı için Maldivler’e gittim” ya da çok pahalı bir Rolex saat aldım” diyebilmek gösterişe yönelik talep olarak açıklanmaktadır. Bu şekilde yapılan tüketimlerin amacı moda ve zevk içerikli olarak yapılmasıdır. Benzer şekilde alışkanlıklar da talep üzerinde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir. Örneği yılın belirli dönemlerinde tatile çıkmak ya da sürekli olarak aynı otele giden insanlar açısından fiyat ve gelirdeki değişiklikler talep üzerinde çok fazla değişikliğe yol açmaz⁸⁸.

2.Yaş, Cinsiyet ve Aile Yapısı

Turizm faaliyetleri içerisinde talep yaş, cinsiyet ve aile yapısına göre farklılıklar göstermektedir. Genç ve ileri yaş gurubunda boş zamanın daha fazla

⁸⁷ Çuhadar, s. 57.

⁸⁸Harvey Liebenstein (1950), “Bandwagon, Snob and Veblen Effects in the Theory of Consumers’ Demand”, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 64, No:2, ss. 183-207; Bahar ve Kozak (2012), ss. 122-123.

olduğu, en fazla seyahate çıkan insanların 15-24 yaş ve 55-65 yaş arasında yer aldığı bilinmektedir. Gelişmiş ülkelerde gençlerde seyahat oranının yüksekliği seyahat kültürünün gelişmesi, geleneksel aile yapısında görülen değişim sonucu genç kuşanın daha bağımsız hareket edebilmesi, gelir düzeyinin yükselmesi ve aile sorumluluğunun olmamasından kaynaklanmaktadır. Orta yaş grubu ise iş, evlilik ve çocuk sahibi olma gibi nedenlerden dolayı seyahate daha az kaynak ve zaman ayırmaktadırlar. Yaşlı kesim ise boş zamanlarının çoğalması, gelir düzeyinin yüksek olması ve sosyal güvenlik konusunda sıkıntılarının olmaması gibi nedenlerle özellikle gelişmiş ülkelerde turizm hareketlerine yüksek oranda katılmaktadır⁸⁹.

Seyahate katılanların cinsiyetleri konusunda yapılan araştırmalar, erkeklerin kadınlara oranla daha fazla seyahate çıkma eğiliminde olduklarını ve kadınların kültürel aktivitelere erkeklerin ise sportif aktivitelere daha fazla yer aldıklarını göstermektedir⁹⁰.

3. Boş Zaman

Turizm talebi açısından en önemli faktörlerden biri olan boş zaman, insanların daha fazla seyahat etmesine yol açarak turizm talebine olumlu yönde katkı sağlamaktadır. Boş zamanın sınırlarını çoğunlukla, bir ülkedeki çalışma ve yıllık izin düzenlemeleri, okul tatil dönemleri ve resmi tatiller belirlemektedir. Gelişmiş ülkelerde turizm talebinin yüksek olmasının nedenlerinden biri de yüksek gelirle desteklenen ücretli izinlerin ve dolayısıyla dinlenmeye ayrılan zamanın varlığıdır⁹¹.

4. Meslek

Kişinin mesleğinin seyahate katılmadaki etkisi, kişinin gelir düzeyi ve mesleğinin özelliği olarak karşımıza çıkmaktadır. Yüksek gelir getiren meslek gruplarında yer alan insanlar daha fazla turizm hareketlerine katılırken, daha alt gelir grubunda çalışan insanların durumları değişiklik göstermektedir. Mesleğin özelliği de turizm talebini etkilemektedir. Bazı meslek gruplarında yer alan kişiler, işlerinin

⁸⁹ Bahar ve Kozak (2012), s. 123.

⁹⁰ Çuhadar, s. 55.

⁹¹ Çuhadar, s. 56.

özelliği gereği devamlı seyahat etmektedirler. Serbest meslek sahipleri, iş adamları ve üst düzey yöneticiler, turizm sektöründe çalışan kişiler ve sporcular bunlara örnek gösterilebilir⁹². Fransa’da yapılan bir araştırmada; yüksek statüdeki meslek gruplarında ve serbest meslek sahipleri arasında seyahat yoğunluğunun %86 olduğu ve bu gruptaki insanların daha uzun tatil yaptıkları ortaya konmuştur⁹³.

5. Kültür ve Eğitim Düzeyi

Eğitim ve kültür düzeyi ile turizm talebi arasında çok güçlü bir ilişki vardır. Eğitim düzeyi yükseldikçe, insanların farklı kültür ve yerler tanıma istekleri artma eğilimi göstermekte, dolayısıyla seyahate katılma oranları yükselmektedir. Eğitim düzeyi yükseldikçe daha fazla gelir ve toplumsal statü sağlayan mesleklerde çalışma fırsatı artmaktadır. Bunun bir sonucu olarak da insanlar daha fazla turizm faaliyetine katılmaktadırlar. Eğitim düzeyi ile turizm talebi arasındaki pozitif yönlü bir ilişki söz konusu iken eğitim düzeyi ile turistlerin günlük harcamaları arasında aynı durum gözlenmemiştir. Şöyle ki yapılan araştırmalarda bazı destinasyonlarda daha düşük eğitilmiş turistlerin gösterişe yönelik talepten dolayı günlük harcamaları daha yüksek olabilmektedir. Bunun yanı sıra ABD’de yapılan bir araştırmada ise nitelikli işgücünün toplam turizm harcamaları içindeki payının oldukça yüksek olduğu ortaya çıkmıştır⁹⁴.

C. Diğer Faktörler

Reklam ve tanıtım, turizm bilinci, uluslararası siyasi ortam gibi unsurlarda turizm talebini etkileyen faktörler arasında sayılabilir. Turizm faaliyetinde bulunan kişinin genellikle huzurlu bir ortam içinde tatilini geçirmeyi amaçladığı düşünülürse, seyahati sırasında güven ve emniyet hissi duymak istemesi ve bu durumla ilgili şüphelerinin olması turizm talebini olumsuz etkileyecektir⁹⁵.

Bir bölgede yaşaya halkın turist ve turizm kavramlarına yönelik yeterli bilgiye sahip olmaması, yerel halkın o bölgeye gelecek olan turistlere önyargılı

⁹²Bahar ve Kozak (2012), ss. 124-125.

⁹³Kozak vd., s.70.

⁹⁴Muhammed Karataş ve Aslı Ersoy (2012), “Fransız Turistlerin Seyahat Amaçlarının Sosyal, Demografik ve Ekonomik Faktörler Açısından İncelenmesi: Antalya Örneği”, *AÜ Sosyal Bilimler Dergisi* 3(2) , s. 86.

⁹⁵Bahar ve Kozak (2012), s. 127.

davranmasına dolayısıyla da turisti kabul etmeme durumu ortaya çıkacaktır. Böyle bir durumun yaşanmaması için yerel halka turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarının anlatılması ve turizm bilinci kavramının benimsetilmesi gerekmektedir.

Tablo 2.1 incelendiğinde turizm talebi tahminlerinin gelecekle ilgili kararların riskini azaltmada, turizm sektöründeki kişiler ve yerel yöneticiler için oldukça önemli olduğu görülmektedir. Örneğin turizm ürününü pazarlayan sektör yöneticileri için talebin doğru tahmin edilmesi; yıllık pazarlama stratejileri ve aynı zamanda pazarlama hedeflerinin belirlenmesi, potansiyel pazarların keşfedilmesi açısından önemlidir. Yöneticiler için ise personel, malzeme gibi operasyonel gereksinimleri belirlemede yol gösterici olabilir. Aynı zamanda yerel yöneticiler, turizm planlayıcıları açısından talep tahminlerinin doğru yapılması, fiyat düzenlemesi ve çevresel kalite kontrolleri gibi düzenleyici politikaların potansiyel etkilerini değerlendirmede önem taşımaktadır.

Tablo 2.1:Kötü Tahmin Sonuçları ve Tutarlı Talep Tahminlerini Kullanımının Karşılaştırılması

Tutarlı Talep Tahminlerinin Kullanımı	Kötü tahmin sonuçları
Pazarlama hedeflerini belirleme,	Pazarlama açısından bütçenin altında veya üstünde kalma,
Potansiyel pazarları keşfetme,	Yanlış kesime yapılan pazarlama sonucu doğru pazarı kaybetme,
Talep üzerindeki etkilerin benzeştirilmesi,	Yanlış pazarlama karması, örneğin fiyatların çok yüksek ayarlanması,
Operasyonel gereksinimleri belirleme,	Fazla emek veya sınırlı hizmet ile misafir memnuniyetinde azalma,
Tesis ve ekipmanda önemli yatırım fizibilitesinin incelenmesi,	Boşa mali kaynaklar, faiz ödemelerinde finansman güçlüğü,
Ekonomik, sosyal ve çevresel sonuçların tahmini,	Çevresel ve sosya kültürel bozulma, enflasyon, işsizlik,
Düzenleyici politikaların potansiyel etkisinin değerlendirilmesi,	İş kayıpları, işsizlik, fiyat enflasyonu,
Kamu gelirlerini projelendirme,	Bütçe açıkları,
Yeterli kapasite ve altyapı için planlama açısından önemlidir.	Trafik sıkışıklığı, gecikmeler ve kazalar gibi sonuçlara neden olur.

Kaynak: Douglas C. Frechtling (2011), *Forecasting Tourism Demand: Methods and Strategies*, Oxford: Butterworth-Heinemann, Elsevier, s. 11.

III. Sürdürülebilir Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Tüm dünyada teknolojik gelişmeler son derece hızlı yaşanırken etkilerini de aynı hızda turizm sektöründe göstermektedir. Twitter’da takip edilen bir otel, takipçisine özel fiyat politikası belirlediği gibi basit bir tıklama ile online rezervasyon yapılabilmektedir. Akıllı telefonlar aracılığı ile bloggerların paylaştığı farklı destinasyonlar anında takip edilebildiği gibi tatil kararlarında bloggerlar oldukça etkili olabilmektedir. Uluslararası pazarda rekabet edebilmek için turizmde yer alan paydaşların toplumsal eğilimlere ve değişimlere cevap vermesi gerekmektedir. Artan çevre bilinci, eğitim düzeyi ve yeni nesil turist algılarındaki değişiklik ile birlikte turizm talebi, diğer turizm türlerine oranla çevre üzerinde daha az olumsuz etkiye sahip olan sürdürülebilir turizme doğru kaymaktadır⁹⁶. Dolayısıyla eko turizm, kültürel ve doğal miras, eko etiketler gibi sürdürülebilir turizmin içinde yer alan bu faktörler, sürdürülebilir turizm talebini etkilemektedir. Aşağıda bu faktörler detaylı olarak açıklanmaktadır.

A. Eko-Turizm

Eko turizm sürdürülebilir turizm anlayışını en iyi şekilde temsil eden turizm çeşitlerinden biridir. Somut tek bir tanımı olmamakla birlikte ilgili literatürde eko turizm kavramının çeşitli bireysel ve kurumsal tanımları yer almaktadır⁹⁷. 1987 yılında Ceballos-Lascuarin tarafından yapılan ekoturizm tanımı şöyledir: “Geçmişten günümüze kadar uzanan kültürel değerlerin bulunduğu bölgeler kadar bozulmamış ve kirletilmemiş doğal alanlara, araştırma, değerini anlama, yaban bitkileri ve hayvanlarından zevk alma gibi spesifik amaçlarla yapılan seyahattir”⁹⁸. Uluslararası Ekoturizm Topluluğu’nun yaptığı tanıma göre ise ekoturizm; “çevrenin korunması ve yerel halkın refahını arttırmaya yönelik olarak doğal alanlara yapılan çevreye duyarlı seyahattir”⁹⁹.

⁹⁶ Jaime A. Seba (2012), *Ecotourism and Sustainable Tourism: New Perspectives and Studies*, Canada: Apple Academic Press, s. 5.

⁹⁷ Aytuğ Akesen (2009), “Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımında Ekoturizmin İşlevsel Önemi”, **Mersin Üniversitesi Turizm İletmeciliği 10. Ulusal Turizm Kongresi**, s. 369.

⁹⁸ Fiona Burton (1998), “Can Ecotourism Objectives Be Achieved?”, *Annals of Tourism Research*, Vol:25, Issue: 3, ss. 755-758.

⁹⁹ Aydın Çevirgen (2004), “Edremit Yöresinde Ekoturizme Yönelik Bir Talep Araştırması”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 12*, ss. 47-48.

Ekoturizm öncelikle çevreye duyarlı bir turizm faaliyetidir. Orman yürüyüşlerinden kuş gözlemciliğine, doğa ile ilgi projelerden raftinge her türlü doğa tabanlı seyahatleri kapsamaktadır. Bununla birlikte yerel halkın katılımının yüksek olduğu, yerli rehberlerin yer aldığı, yiyecek ve malzemelerin yerel halktan temin edildiği, turistlerin kırılğan bitki örtüsünü yok etmeyeceği yerlerde yürümesinin planlandığı, çöplerin geri dönüşümlü olarak toplandığı birçok eylem ve faaliyeti de içermektedir¹⁰⁰. Böylece doğanın sürdürülebilirliğinin yanı sıra kırsal bölgelerden kentlere olan göç de engellenmiş olmaktadır.

Hızla büyüyen turizm sektöründe, ekoturizm aracılığı ile 2000 yılında dünya çapında 50 milyar dolar kazanç sağlamıştır. Yapılan araştırmalara göre en büyük gelir kaynaklarından biri olan ekoturizmden, Tanzanya'da toplamda 322 milyon dolar brüt hâsılat gerçekleşmiştir¹⁰¹. Amerika'da Lohas'ın (Lifestyle of Healty and Sustainability) yaptığı bir araştırmaya göre ise tüketiciler 2005 yılında ekoturizme 24.2 milyar dolar harcamışlardır. 2007 yılında ise lüks ekoturizm, turizm endüstrisinde en hızlı büyüyen pazarlardan biri olmuştur. Seyahat acentelerinin %23'ü ise çevre dostu ve yeşil seyahat seçenekleri olan destinasyonları tercih etmeye başlamışlardır¹⁰². Verilerden de anlaşılacağı üzere, sürdürülebilir turizmin bir parçası olan ekoturizme yönelik talep her geçen gün artarak devam etmektedir.

Benzer şekilde, Uluslararası Ekoturizm Topluluğu'na göre küresel ölçekte ekoturizm 1990'lı yıllardan günümüze %24-34 arasında büyüme göstermektedir. Deniz, kum, güneş odaklı kitle turizmi pazarının artık olgunlaştığı ve belli bir doyuma ulaştığı, buna karşın ekoturizm pazarının gelecek yıllarda daha büyük bir kapsama ulaşacağı tahmin edilmektedir¹⁰³.

Türkiye'de ise ekoturizme yönelik kapsamlı bir talep araştırması olmamakla birlikte uluslararası alanda yapılan araştırmalar genel olarak ekoturistlerin orta yaş grubunda bulduklarını, yüksek eğitilmiş ve ortalama gelirlerin üzerinde bir gelire

¹⁰⁰ Daniel Grotta ve Sally Wiener Grotta (1992), *The Green Travel Sourcebook: A Guide for The Physically Active, The Intellectually Curious, or The Socially Aware*, Publishing John Wiley&Sons, Inc, s.20.

¹⁰¹ Seba, s.11.

¹⁰² Center for Responsible Travel, "Transforming the Way The World Travels", Stanford University: Washington,DC,http://www.responsibletravel.org/news/Fact_sheets/Fact_Sheet_US_Ecotourism.pdf, (Erişim Tarihi: 01.04.2014).

¹⁰³ Kahraman ve Türkay, s. 49.

sahip olduklarını ve bayanların oranlarının erkeklere eşit hatta bazı durumlarda fazla olduğunu göstermektedir¹⁰⁴. Dolayısıyla, turizmden beklenen ekonomik kazanımların toplumsal ve ekonomik amaçlarla bütünleşmesini esas alan sürdürülebilir turizm yaklaşımı ekoturizm kavramıyla yaşama geçmekte ve anlam kazanmaktadır¹⁰⁵.

B. Eko-Etiket (Eko Sertifikasyon)

Sürdürülebilir turizme olan ilginin giderek artması ile birlikte 1980'li yıllardan itibaren, turizm sertifikasyonu programı uygulamalarında da benzer yönde gelişmeler görülmektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir kalkınma tanımını pratiğe geçirmede etkili olacak uygulamalar arasında ekolojik etiket (eko-etiket) önemli bir yer tutmaktadır¹⁰⁶.

Turizm literatüründe eko-etiketleme kavramını tanımlarken ne olduğuna dair tam bir tanımdan ziyade, eko-etiketin başarmak istediği amaçların ne olduğu üzerinde durulmaktadır. Eko-etiketleme, turizm ürünü ve üretim metotlarında, hizmet ve çevresel süreçteki olumsuz etkileri azaltma yeteneğine sahip, aynı zamanda turizm bölgelerindeki çevre kalitesinin iyileştirilmesine yönelik etkin piyasa tabanlı bir araçtır. Eko-etiketleme sayısındaki oran ve çeşitlilik tek bir tanım yapmayı zorlaştırmaktadır¹⁰⁷.

Eko-etiket, tüketici seçiminde bir araçtır. Turizmde eko-etiket, turizm bölgeleri için çevresel kalite etiketleri ve turizm sağlayıcıları için çevresel performans etiketleri olarak iki ana kategoride ele alınabilir. Örneğin, Avrupa'da temiz plajlar ve son zamanlarda ise marinalar için kullanılan Mavi Bayrak, turizm bölgeleri için çevresel kalite etiketi altında ele alınabilecek eko-etiketlerdendir¹⁰⁸.

Turizmde eko-etiketleme kavramı çevre bilincine sahip tüketiciler ve yöneticiler açısından oldukça önemlidir. Çevre hakkında bilgili olan turist, detaylı ve şeffaf, aynı zamanda etkin bir denetim sürecine sahip eko-etiketleri dikkate

¹⁰⁴ Çevirgen, s. 50.

¹⁰⁵ M. Tuna (2007), *Turizm, Çevre ve Toplum: Marmaris Örneği*, Detay Yayıncılık: Ankara, s. 29.

¹⁰⁶ Kahraman ve Türkay, s. 160.

¹⁰⁷ Metin Kozak ve Kevin Nield (2004), "The Role of Quality and Eco-Labeling Systems in Destination Benchmarking", *Journal of Sustainable Tourism*, 12(2), s.141.

¹⁰⁸ Ralf C. Buckley (2001), "Major Issues in Tourism Ecolabelling", X. Font ve R. C. Buckley (Ed.), *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*, UK: CABI Publishing, s. 20.

almaktadır. ‘‘Gidilecek turizm bölgesindeki hava kalitesi nedir?’’ sorusu, ‘‘Gidilecek turizm bölgesindeki hava kalitesini korumak için ne yapılmalıdır?’’ sorusundan daha önemlidir. Buradan hareketle, ‘‘kaliteli yüzme suyu’’ veya ‘‘otantik bir yer’’ ile bağlantılı eko-etiketlere sahip bölgeler, daha fazla ziyaretçi tarafından talep edilecektir.

Benzer şekilde, eko-etiket, aynı ürün grubundaki diğer ürünlerle karşılaştırıldığında çevreye daha az zarar veren ürünler için kullanılmaktadır. Turistler için eko-etiket, sadece zararlı çevresel etkilerin azaltılması değil aynı zamanda destinasyonun çevresel kalitesi ile de ilgilidir. Yapılan bir çalışmada (Lübbert, 1998), turistlere farklı etiketleme kriterlerinin önemi sorulduğunda %60’ı çevresel kalite kriterlerine (kirlı su, temiz hava vs.) önem verdiğini belirtirken, %26’sı olumsuz çevresel etkilerin azaltılması (atık minimizasyonu, su ve enerji tasarruf programları, arıtma tesisleri vb.) önem verdiklerini belirtmişlerdir¹⁰⁹.

Tablo 2.2: Turizmde Eko-etiketlemenin Piyasa İşleyişi

Faktör	Eko-Etiket
Ölçüm	Çevresel etkiler: Bölgeye yönelik (Hava kalitesi, su kalitesi vb.)
Denetleme	Ürün / Hizmet Üretim ve Metot Süreçleri
Ödüllendirme	Ürün / Hizmet Şirket/ Kuruluş (otel, tur operatörü, seyahat acentesi)
Amaç	Çevreye duyarlı potansiyel tüketiciyi, bu alandaki turizm ürünleri ve şirketleri hakkında bilgilendirerek, olumsuz çevresel etkiyi azaltan ürün ve hizmetlere yönelik arz ve talebi canlandırmak.
Bilgi	Doğrudan mesaj: Çevreye duyarlı sorumlu turizm ürünleri/ turizm şirketleri Uyarılan mesaj 1: Çevreye karşı sorumlu destinasyon Uyarılan mesaj 2: Çevreye duyarlı destinasyon
Varsayımlar	Tüketiciler çevrenin korunmasına katkıda bulunmak amacıyla çevre sorunlarının farkındalar, çevresel etiklere sahipler, çevre dostu olarak davranış sergiliyorlar, çevre dostu eko-etiketli ürünleri satın alıyorlar.
Piyasa etkisi	Tüketiciler (turistler) çevreye zararı en aza indirilmiş ürün ve hizmetleri tercih ediyor ve satın alıyorlar.

Kaynak: Tanja Mihalic (2001), ‘‘Environmental Behaviour Implications for Tourist Destinations and Ecolabels’’, X. Font ve R. C. Buckley (Ed.), *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*, UK: CABI Publishing, s. 65.

Turizmde eko-etiket sürdürülebilir turizm endüstrisinin performansını geliştirmek için bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Tablo 2.2’den de anlaşılacağı üzere turistlerin; turizm ile ilgili eylem ve kararlarının etkilerinden haberdar olmalarını, tur

¹⁰⁹ Mihalic, ss. 57-63.

operatörü, seyahat acentesi, tatil köyü, otel ve diğer turizm hizmet sağlayıcılarını tercih ederken bilinçli seçimler yapmalarını, satın alma kararlarında çevreye duyarlı turizm işletmelerinin lehine karar vermelerini sağlayan eko-etiket, sürdürülebilir turizm açısından önemli bir rol oynamaktadır. Yine Tablo 2.2’de piyasa işleyişini incelediğimizde eko-etiketin turizm üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir.

Nitekim turizm ile ilgili eko-etiketlerin kullanımı, sürdürülebilir turizm açısından son derece uyumludur¹¹⁰. Kısaca ifade etmek gerekirse, eko-etiketin faydaları şunlardır:

- Ekolojik olarak etkin çözümlerin uygulanmasını hızlandırmak, çevresel performansın izlenmesi ve raporlanmasında etkili yolları takip etmek açısından, turizm tedarikçilerine yardımcı olmaktadır.
- Eko-etiket turizm ürünlerinin satılmasına yardımcı olurken, enerji ve su gibi kaynakların kullanımını azaltarak maliyetlerin düşürülmesini sağlamaktadır.
- Pazarlama ve çevre yönetim aracıdır.
- Ürünler arasında en iyi çevresel uygulamalara sahip olanlar hakkında bilgiye kolayca erişim ve tanınabilirlik sağlamaktadır.
- Rekabet anlamında avantaj sağlamada pozitif bir etki yaratmaktadır.
- Ulusal ve uluslararası anlamda tanınırlık sağlamaktadır. Bu durumda marka isimleri, işaretler ve semboller ile potansiyel turistlere kaliteyi bildirmektedir.

Dünyada ve ülkemizde geliştirilmiş çok sayıda ve farklı özelliklere sahip eko-etiketler bulunmaktadır. Artan eğitim düzeyi ve turizm alanındaki gelişmeleri göz önünde bulundurduğumuzda, yeni nesil turistlerin eko-etiketli ürünlere daha çok ilgi gösterecekleri bir gerçektir.

¹¹⁰ Herbert Hamele (2001), *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*, Editör: X. Font ve R. C. Buckley, UK: CABI Publishing, s. 177; Kozak ve Nield, ss. 138-148.

1. Avrupa Birliği Eko-Etiketi (EU Ecolabel)

Avrupa Birliği Eko-etiketi, çiçek sembolü logolu, tüm Avrupa Birliğinde geçerli, performans ve çevre bazlı, en yüksek standartlı ürün ve hizmetlere verilen gönüllülük esasına dayalı bir etikettir. AB Eko-etiketi taşıyan ürünler daha az enerji tüketmekte, tüm yaşam döngüsü boyunca çevreye daha az zararlı madde bırakmaktadır. Benzer şekilde bu ürünlerin üretimlerinde daha az kaynak tüketilmesinin yanı sıra insan sağlığı ve çevreye daha az negatif etkileri bulunmaktadır. Konaklama tesislerinden binalara, temizlik ürünlerinden ofis aydınlatma sistemlerine kadar geniş bir ürün yelpazesi vardır. AB eko-etiket alan ürün-hizmet sayısı her geçen yıl artmaktadır. 2010 yılında 422 tanesi konaklama tesisi olmak üzere toplamda 1152 adet AB Eko-etiket lisansı verilmiştir¹¹¹.

Şekil 2.1: Avrupa Birliği Eko Etiketi



Kaynak: Avrupa Birliği Çevre Etiketi, <http://www.eko-etiket.org/>. (Erişim Tarihi:23.06.2014)

Nitekim tüketicilerin yeşil tatil talepleri her geçen gün artmaktadır. Bu artan talebi karşılamak için AB eko-etikete sahip olmak rekabet açısından önemli bir avantajdır. The Traveler Holiday (2005)'in yaptığı bir çalışmada turistlerin %82'si bozulmamış bir çevreyi tercih ederken, %51'i çevre dostu otel ve konaklama tesislerini tercih etmişlerdir. Bu bağlamda AB eko-etiketine sahip konaklama tesisleri, enerji ve su tüketimlerini kısıtladıklarını, atık üretimlerini azalttıklarını, yenilenebilir kaynak ve çevreye daha az zararlı maddelerin kullanımından yana olduklarını ayrıca çevre eğitimlerini desteklediklerini bir işaret yoluyla ortaya

¹¹¹ EU Ecolabel nedir?, <http://www.eko-etiket.org/eko-etiket-nedir.php>. (Erişim Tarihi: 10.04.2014).

koymuşlardır. Böylece yeşil tatil arayışı içinde olan tüketicilere Şekil 2.1’de belirtilen bu etiket yol gösterici olmaktadır¹¹².

2. Travelife (Sürdürülebilir Turizm Sertifikası)

Travelife, enerji ve su tüketiminden istihdama sosyal ve çevresel etkileri yöneterek sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayan, konaklama tesisleri ve oteller için uluslararası bir sertifikasyon sistemidir¹¹³.

Travelife için sürdürülebilirlik kriterleri incelendiğinde enerji yönetimi, yenilebilir enerji, atık su yönetimi, atık minimizasyonu, biyoçeşitlilik, tesisin sunduğu imkânlar (kapı ve pencereler açıldığında klimaların otomatik kapanması, daha az çarşaf ve havlu kullanım için bilinçlendirici işaretlerin olması vb.) gibi detaylı bir inceleme süreci bulunmaktadır. Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi kriterleri sadece konaklama tesislerindeki çevreye duyarlı düzenlemeleri değil aynı zamanda çalışanların sosyal güvenlik hakları, çalışma saatleri, ücret skalaları, çevre hakkında aldıkları eğitim, hizmette kullanılan ürünlerin yerel üreticilerden alınıp alınmadığı dolayısıyla yerel ekonomiye ne kadar ayda sağladığını da ölçmektedir¹¹⁴.

Türkiye’de 65 tane Travelife sertifikası alan tesis bulunmaktadır. Muğla yöresinde ise bu sertifikayı alan konaklama tesisleri aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 2.3: Muğla Bölgesinde Travelife Sertifikasına Sahip Olan Oteller

Otel Adı	Bulunduğu Yer
Blue Bay Platinum Hotel	Marmaris
Grand Yazıcı Club Turban / Mares	Marmaris
Suntopia Tropical Hotel	Sarıgerme
Club Seno	Sarıgerme
Hilton Dalaman Sarıgerme Resort&Spa	Sarıgerme
Iberotel Sarıgerme Park	Sarıgerme
Sentido Lykia Resort&Spa	Dalaman

¹¹² The EU Ecolabel for Tourist Accommodations, <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/hotels.pdf>. (Erişim Tarihi: 10.04.2014).

¹¹³ What is Travelife?, http://www.travelifecollection.com/about_travelife. (Erişim Tarihi: 10.04.2014).

¹¹⁴ Travelife Sustainability System Criteria, http://www.travelifecollection.com/downloads/Travelife_Sustainability_Criteria_-_January_2012.pdf. (Erişim Tarihi: 10.04.2014).

Club&Hotel Letoonia Fethiye	Fethiye
Liberty Hotel Lykia	Fethiye
Forever Club	Bodrum

Kaynak: Travelife Collection, http://www.travelifecollection.com/search_results. (Erişim Tarihi: 10.04.2014)'den yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

3. Beyaz Yıldız

Turizm Otelciler Federasyonu (TUROFED), dünyanın karşı karşıya kaldığı çevre kirliliği ve küresel ısınmanın neden olduğu çevresel sorunları dikkate alarak ‘‘Beyaz Yıldız-Sürdürülebilir Çevre Projesi’’ kampanyasını 2010 tarihinden itibaren uygulamaya başlatmıştır.

Sürdürülebilir turizm ve çevreyi korumaya yönelik yapılan faaliyetlerin, otellerde konaklayan misafirlerin her geçen gün daha fazla ilgisini çekmekte ve aynı zamanda otel, destinasyon ve tur operatörü seçiminde önemli rol oynamaktadır¹¹⁵.

Johnson Diversey, Electrolux ve Grundfos tarafından desteklenen Beyaz Yıldız Projesi, çevrenin ve kaynakların korunmasına daha fazla katkı sağlayabilmek için, işletmelerde kullanılan su, elektrik, enerji, kimyasal ve katı atık miktarının kontrol altına alınması, çevreye ve doğal kaynaklara yönelik oluşabilecek zararın en aza indirilmesini hedeflenmektedir. Projede otellerde konaklayan misafirlerin konforundan taviz vermeden, onların da bu çevresel duyarlılığa katılımcı olmalarının sağlanması amaçlanmaktadır¹¹⁶.

Şekil 2.2: Beyaz Yıldız Logosu



Kaynak: Beyaz Yıldız, <http://bevazvildiz.com/>. (Erişim Tarihi: 26.06.2014)

¹¹⁵ Beyaz Yıldız Çevre Programı Kriterleri(2012), TUROFED, <http://www.turofed.org.tr/PDF/uvePDFler/pdfLink-bevaz-vildiz-ce.pdf>. (Erişim Tarihi: 25.04.2014).

¹¹⁶ Turizm Sektörü ‘‘Beyaz Yıldız’’ ile Parlıyor’’(2009), <http://www.havuzsauna.com/detay.asp?v=843>. Erişim Tarihi: 25.04.2014).

Bununla birlikte, Beyaz Yıldız Çevre Programı, 2012 yılında geniş bir kategoride değerlendirilmenin yapıldığı program haline dönüştürülmüştür. Tesisler aşağıdaki başlıklar altında toplamda 167 kriter ile değerlendirilmektedir.

- Yönetimin Sorumluluğu
- Tesisin Çevreye Uyum ve Duyarlılığı
- Genel Alanlar
- Misafir Odaları
- Atık Yönetimi
- Su Yönetimi
- Enerji Yönetimi
- Kimyasal, Deterjan, Dezenfektan Yönetimi
- Eğitim

Gerekli kriterleri yerine getiren işletmeler şekil 2.2’de verilen “Beyaz Yıldız” logosunu almaya hak kazanmaktadır. Dolayısıyla Beyaz Yıldız projesine katılan turizm işletmeleri, sürdürülebilir bir çevrenin sağlanmasına katkıda bulunmakla kalmayıp, artan misafir memnuniyeti sonuçları ile birlikte ekonomik kazanımlar da sağlayacaklar. Bu projeye Türkiye’deki tüm oteller dahil olduğunda toplamda 40 hektometreküp su tasarrufu, diğer yandan ise sadece %30’luk bir enerji tasarrufuna gidilmesi durumunda Hirfanlı Hidroelektrik Santrali’nin yıllık elektrik üretiminin 2 katı enerji tasarrufu sağlanabilecektir¹¹⁷. Projenin ekonomik kazanımlarına örnek olarak; 300 odalı, 4 yıldızlı sezonluk çalışan bir otelin bu projenin çevre kriterlerinden sadece 7 tanesini yerine getirmesi ile sezonluk olarak 20.000 Euro maddi tasarruf sağlamanın mümkün olacağı belirtilmektedir¹¹⁸.

Buna ilaveten, Sevim ve Ünlüören’in 2010 yılında iklim değişikliğinin konaklama işletmelerine etkilerinin belirlenmesi ve işletmelerin konuyla ilgili tedbirlerinin saptanması amacıyla konaklama işletmecilerinin üst düzey yöneticilerine yönelik anket tekniği kullanılarak yapmış oldukları çalışmada, Beyaz

¹¹⁷Turizm Sektörü ‘‘Beyaz Yıldız’’ ile Parlıyor’’(2009),

<http://www.hayuzsauna.com/detay.asp?v=843>, Erişim Tarihi: 25.04.2014).

¹¹⁸Güneş Seyhan (2010), ‘‘Konaklama Tesislerinde Çevreye Duyarlı Uygulamalar ve Yeşil Pazarlama: Örnekolay Çalışması (Calista Luxury Resort Hotel-Antalya)’’, **Basılmamış Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi S.B.E., İzmir, s. 66.

Yıldız sahibi olunması gerektiği ifadesine “Kesinlikle katılıyorum” ve “Katılıyorum” diyenlerin oranı %74,9, Beyaz Yıldız sahibi olmak için çalışmalar başlattığını belirtenlerin oranı ise %42,9’dur. Bu verilere göre yakın gelecekte Beyaz Yıldız sahibi olmak isteyen tesislerin sayısında önemli bir artış olacağını söylemek mümkündür¹¹⁹.

Nitekim TÜROFED bu projeye; Çevre Bakanlığı’nda Eko-Etiketleme ile ilgili yapılmaya başlanan çalışmalara destek olmaktadır. Ayrıca Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Çevreye Duyarlı Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırması ile ilgili çalışmasına alt yapı oluşturmasını da hedeflemektedir.

Club Magic Life Sirena Imperial ve Swisotel The Bosphorus Türkiye’de Beyaz Yıldız sertifikasına sahip ilk işletmelerdendir. Beyaz Yıldız sahibi diğer işletmeler ise Tablo 2.4’de verilmiştir. Tablo 2.4 incelendiğinde ise Beyaz Yıldız sahibi olan işletmelerin Akdeniz bölgesinde daha fazla olduğu görülmektedir.

Dolayısıyla, turizm sektörünün karşılaştığı sorunlardan biri olan ve aynı zamanda dünyanın da karşı karşıya kaldığı küresel ısınmanın neden olduğu çevresel felaketler eko sertifikaların önemini arttırmaktadır. Beyaz Yıldız’da bu sertifikalardan biridir. Son yıllarda artan turist sayısı, misafir profili ve ve beklentilerdeki değişimler, otel, destinasyon ve tur operatörü seçiminde çevreye duyarlı olan işletmelere doğru eğilim göstermektedir. Bu gerçeklerden yola çıkan TUROFED Türkiye genelinde Beyaz Yıldız sertifikası ile çok önemli bir adım atmıştır.

4. Yeşil Yıldız

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen Yeşil Yıldız projesinin başlangıcı 1993 yılında verilmeye başlanan Çevre Dostu Kuruluş Belgesi (Çam Simgesi)’ne dayanmaktadır. Böylece söz konusu uygulama “Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi

¹¹⁹ Burhan Sevim ve Kurban Ünlüöner (2010), “İklim Değişikliğinin Turizme Etkileri: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 43(66), ss. 48-57.

Verilmesine Dair 2008/3 no'lu Tebliğ" ekinde, 22.09.2008 tarih ve 27005 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir¹²⁰.

Çevreye Duyarlılık Kampanyası (Yeşil Yıldız), su tasarrufunu, enerji verimliliğinin artırılmasını, çevreye zararlı maddelerin tüketiminin ve atık miktarının azaltılmasını, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesini, konaklama işletmelerinin yatırım aşamasından itibaren çevreye duyarlı olarak planlanmalarını, turistik tesisin çevreye uyumunu, çevreyi güzelleştirici düzenleme ve etkinlikleri, ekolojik mimariyi, çevreye duyarlılık konusunda bilinçlendirmeyi, eğitim sağlanmasını, ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapılmasını kapsamaktadır. Ayrıca Bakanlığın 1993 yılından itibaren bu konudaki tecrübelerini, ilgili kurum ve kuruluşların görüşlerini ve bu konudaki AB kriterlerinin (Eco-label) genelini içermektedir.

Şekil 2.3: Yeşil Yıldız



Kaynak: Yeşil Yıldız Belgesi, <http://esencevre.blogspot.com.tr/2012/03/yesil-yildiz-belgesi-danismanlik.html>. (Tarih: Erişim Tarihi: 04.07.2014).

Bu bağlamda ölçüm için hazırlanan bir form kullanılarak gerçekleşen denetimlerde, tür ve sınıfına ilişkin belirlenen asgari puanı aşan konaklama tesislerinin plaketlerinde, sınıflarını gösteren yıldızlar yeşil renkli olarak düzenlemekte ve plaket üzerinde Çevreye Duyarlı Tesis ibaresi yer almaktadır¹²¹. 2014 tarihi itibarıyla Yeşil Yıldız'a sahip konaklama tesisi sayısı 62'dir. Muğla

¹²⁰ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Çevreye Duyarlılık Kampanyası Hakkında Genel Bilgi, <http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/TR.11597/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-hakkinda-genel-bilgi.html>. (Erişim Tarihi: 25.04.2014).

¹²¹ Turizm Sektöründe Yükselen Algı: Yeşil Oteller, <http://www.turizmdunyasi.com.tr/arsiv/yazi/turizm-sektorunde-yukselen-algv-veil-oteller>. (Erişim Tarihi: 25.04.2014).

Bölgesinde ise Hilton Dalaman Resort&Spa ve Ersan Tatilköyü Yeşil Yıldız'a sahip işletmeler arasında bulunmaktadır.

Buradan hareketle, Kültür ve Turizm Bakanlığında Yeşil Yıldız Sertifikası alacak tesislerin, çevrenin korunmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda tanıtım ve pazarlamalarında bir ayrıcalık yaratabilecekleri, hizmet kalitelerinden ödün vermeden, işletmelerine ve Türkiye ekonomisine tasarruf yolu ile katkıda bulunabilecekleri, çevrenin korunmasında üstlenecekleri roller ile yörelerinde örnek tesisler olabilecekleri düşünülmektedir¹²².

Tablo 2.4: Beyaz Yıldız Sertifikasına Sahip Olan Oteller

Club Magic Life Sirena Imperial	Swissotel The Bosphorus
Calista Luxury Resort	Barut Hotels Lara
Barut Hotels Hemera	Barut Hotels Cennet&Acanthus
Barut Hotels Sunwing Side West Beach	Barut Hotels Sunwing Side East Beach
Barut Hotels Arum	Ela Quality Resort
Hilton Dalaman Sarıgerme Resort&Spa	Iberotel Sarıgerme Park
IC Hotels Airport	IC Hotels Green Palace
IC Hotels Santai Family Resort	Crystal Hotel Deluxe Resort
Crystal Flora Beach	Gloria Verde Resort
Gloria Srenity Resort	Gloria Golf Resort
Kremlin Palace	Grand Prestige Hotel Side
Cornelia Diamond Resort&Spa	Concorde Deluxe Resort
Belconti Resort Hotel	Susesi Luxury Resort
Rixos Premium Belek Resort	Calimera Monachus
The Peak Hotel İstanbul	Hotel Manachus Park
Trendy Hotel Aspendos Beach	Barut Hotels Labada

Kaynak: Beyaz Yıldız, <http://bevazvildiz.com/oteller/>, (Erişim Tarihi: 25.04.2014)'den yararlanılarak yazar tarafından düzenlenmiştir.

5. Mavi Bayrak

Avrupa Çevre Eğitim Vakfı tarafından yürütülen 1987 yılından itibaren uluslararası alanda uygulanan Mavi Bayrak, en yaygın kullanılan eko etiketlerin

¹²² T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Çevreye Duyarlılık Kampanyası Hakkında Genel Bilgi, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR.11597/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-hakinda-genel-bilgi.html>, (Erişim Tarihi: 25.04.2014).

başında gelmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı tarafından desteklenen Türkiye Çevre Eğitim Vakfı tarafından yürütülen Mavi Bayrak projesi, ülkemizde 1993 yılında uygulanmaya başlamıştır.

Başlangıçta yüzme suyunun niteliği, çöp toplama ve sağlık ekipmanlarıyla güvenli bir ortamın sağlandığı plajlar ile ilgili kriterler daha sonra birkaç kez revize edilip giderek daha da sıkılaştırılmasına rağmen, bu programa katılma isteği her geçen gün artmaktadır. Plajlar ile ilgili yeni kriterler, yöredeki atık su arıtma tesisi, kanalizasyon sistemleri gibi belediye hizmetlerini kapsamakta, sürdürülebilir kalkınma ve Yerel Gündem 21 öncelikleri üzerinde odaklanmaktadır. Plaj ve marinalar için belirlenen kriterler birbirlerinden farklı olmasına karşın, hepsini aşağıdaki gibi 4 ana grupta toplamak mümkündür.

1. Yüzme amacıyla kullanılan suyun niteliği
2. Çevresel eğitim ve bilgilendirme çalışmalarının yönlendirilmesi
3. Plaj düzeni ve emniyetinin sağlanması
4. Çevre Yönetimi

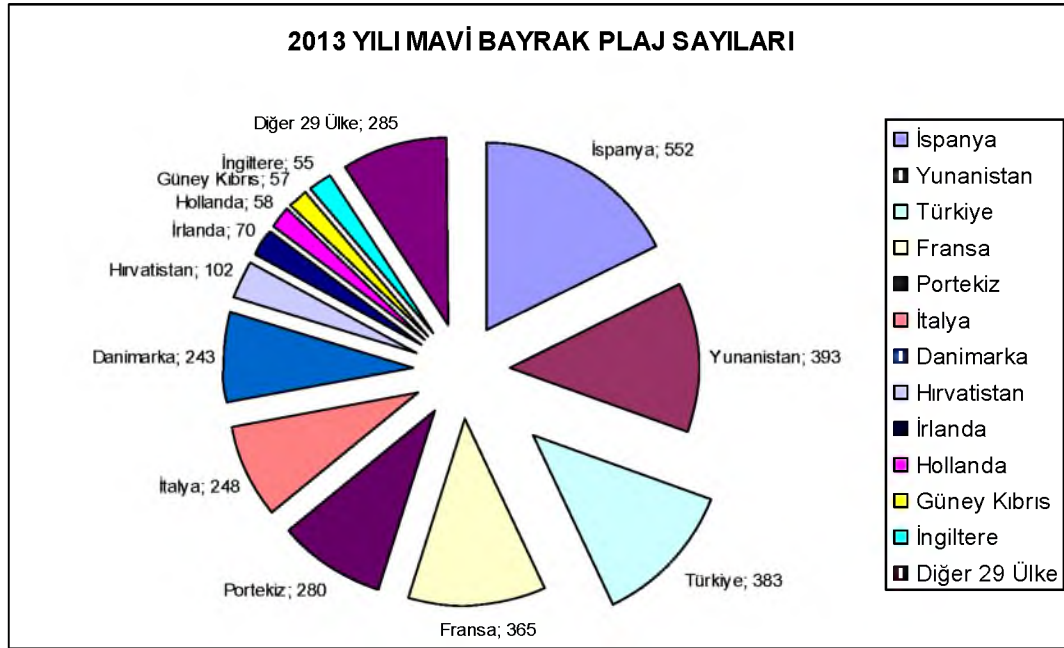
Bu kriterleri sağlayan plaj ve marinalara bir yıl süreyle Mavi Bayrak verilerek, yıllık belgelendirme yapılmaktadır. Mavi Bayraklı plaj ve marinalar Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı tarafından internet ortamında yayınlanarak tüm dünyaya duyurulmaktadır¹²³.

Şekil 2.1 incelendiğinde 2013 yılı itibari ile Türkiye, Mavi Bayrak sahibi 383 plaj ile Avrupa'da bu belgeye sahip en çok tesis bulunduran üçüncü ülke durumundadır. 2014 yılında ise bu sayı 397'ye yükselmiş ve Mavi Bayrak uygulayan 44 ülke içinde üçüncülüğünü korumuştur. Benzer şekilde, Şekil 2.2 incelendiğinde ise 21 tane Mavi Bayraklı Marina'ya sahip Türkiye'nin diğer ülkelerle karşılaştırıldığında yedinci sırada yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte 2014 yılında ise Türkiye'de Mavi Bayraklı marina sayısı 22'ye yükselmiştir¹²⁴.

¹²³ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Mavi Bayrak Hakkında Genel Bilgiler, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR.11570/mavi-bayrak-hakkinda-genel-bilgiler.html>, (Erişim Tarihi: 25.04.2014).

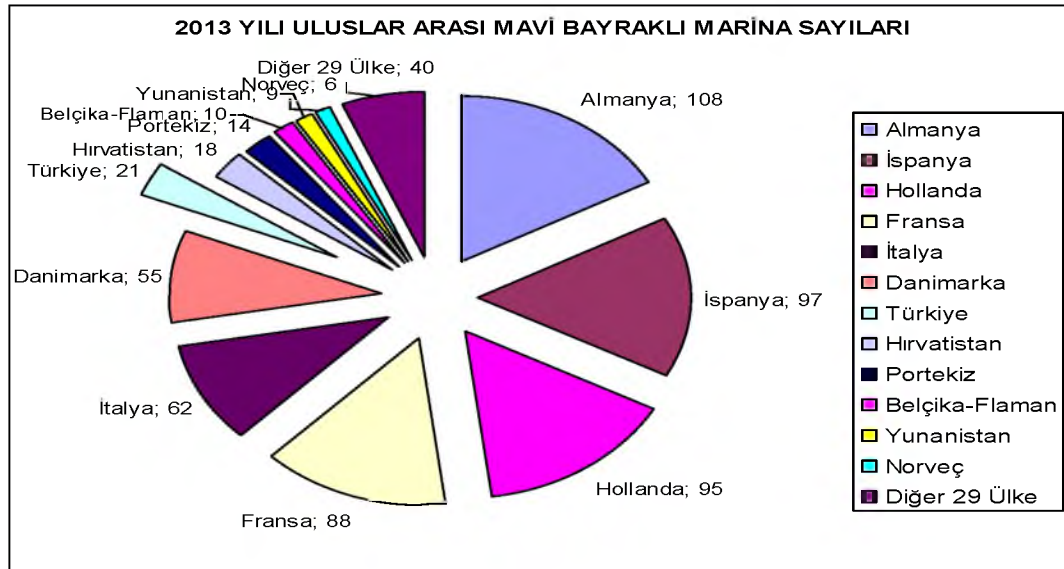
¹²⁴ Mavi Bayrak Türkiye, "Türkiye'nin 2014 yılı Mavi Bayrak Plaj ve Marinaları Belli Oldu", http://www.mavibayrak.org.tr/tr/haberDetay.aspx?haber_refno=113, (Erişim Tarihi: 01.05.2014).

Şekil 2.4: 2013 Yılı Mavi Bayraklı Plaj Sayıları



Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/6071.turkiyede-villara-gore-mavi-bayrak-savilarixls.xls?0>. (Erişim Tarihi: 25.04.2014)

Şekil 2.5: 2013 Yılı Mavi Bayraklı Marina Sayıları



Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/Eklenti/6071.turkiyede-villara-gore-mavi-bayrak-savilarixls.xls?0>. (Erişim Tarihi: 25.04.2014).

Buna ilaveten 2014 yılında açıklanan verilere göre, Tablo 2.5 incelendiğinde Türkiye genelinde Muğla Bölgesinin Mavi Bayrak etiketine sahip 89 plaj ve 7

marina ile ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. Nitekim veriler incelendiğinde Türkiye Mavi Bayrak konusunda diğer ülkelerle rekabet edebilir durumdadır. Mavi Bayrak, uluslararası bir eko-etiket olmasından ve sürdürülebilir turizmi destekleyici özelliğinden dolayı turizm sektörü açısından büyük bir öneme sahiptir.

Tablo 2.5: Türkiye 2014 Yılı Mavi Bayrak Dağılımı

İl	Plaj Sayısı	Marina Sayısı	Yat Sayısı
Antalya	197	6	4
Muğla	89	7	6
İzmir	43	2	-
Aydın	25	2	-
Balıkesir	18	1	1
Mersin	9	-	-
Çanakkale	6	-	-
İstanbul	3	3	1
Kocaeli	2	1	-
Düzce	1	-	-
Ordu	1	-	-
Edirne	1	-	-
Yalova	-	-	-
Toplam	397	22	12

Kaynak: Mavi Bayrak Türkiye, “Mavi Bayrak Ödülleri”

[http://www.mavibayrak.org.tr/userfiles/file/2014%20MAV%20BAYRAK%20C3%96D%C3%9CLLER%20L%20B0STES%20\(29%20Nisan%202014\).pdf](http://www.mavibayrak.org.tr/userfiles/file/2014%20MAV%20BAYRAK%20C3%96D%C3%9CLLER%20L%20B0STES%20(29%20Nisan%202014).pdf), (Erişim Tarihi: 01.05.2014).

C. Cittaslow (Sakin Şehir)

İtalyanca “Citta (Şehir)” ve İngilizce “Slow (Yavaş)” kelimelerinden oluşan Cittaslow, “Sakin Şehir” anlamında kullanılmaktadır. Hareketin temelleri 1999 yılında İtalya’nın Orvieto kentinde “Slow Food” hareketine öncülük yapan Greve, Orvieto, Bra ve Positano olmak üzere dört küçük kentin belediye başkanları tarafından atılmıştır¹²⁵.

¹²⁵ Mehmet Han Ergüven (2011), “Cittaslow-Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslar arası Birliği: Vize Örneği”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), s. 203.

Sakin Şehir hareketinin kuruluş amacı, küreselleşme sonucu ortaya çıkan kentlerin kendi kimliklerine sahip çıkmalarını destekleyerek, birbirine benzemesinin önüne geçilmesidir. Kentlerin yönetilirken yerel yemeklerine, yöresel mimarisine, geleneklerine, göreneklerine, zanaatlarına, esnafına sahip çıkılması ve desteklenmesi, birliğin üye kentler için ortaya koyduğu kriterler vasıtasıyla sağlanmaya çalışılmaktadır. Birlik kurulduğu zaman 59 olan bu kriterler, 2013 yılında güncellenmiş ve sayısı 70'e çıkmıştır. Kurulduğu ilk yıllarda İtalyan kentleri arasında yaygın olan bu hareket, günümüzde 28 ülkede 182 üyeye sahiptir¹²⁶.

Nüfusu 50.000'in altında olan kentlerin üye olabildiği uluslararası belediyeler birliği olan Sakin Şehir hareketinin kriter listesi; çevre politikaları, altyapı politikaları, kentsel yaşam kalitesi ve politikaları tarımsal, turistik, esnaf ve sanatkarlara dair politikalar, misafirperverlik, farkındalık ve eğitim için planlar, sosyal uyum ve ortaklık olmak üzere yedi başlık altında toplanmaktadır¹²⁷. Bu kriterler incelendiğinde Sakin Şehir hareketinin sürdürülebilir turizmi destekleyici nitelikte olduğu söylenebilir.

Dolayısıyla Sakin Şehir olgusu, şehrin dokusunun, renginin, müziğinin ve hikâyesinin uyum içinde, yerel halkın ve ziyaret edenlerin memnuniyet duyabilecekleri bir hızda yaşamasını hedeflemektedir. Yerel üreticileri desteklemek, çevreye ve insana zararlı olmayan alternatif ve yenilenebilir enerji kaynaklarının teşvik edilmesi, hava, gürültü ve ışık kirliliklerinin kontrol edilmesi gibi çevresel düzenlemelere öncelik verir. Yerel zanaatları, tatları ve bölgeye özgü kültürel değerleri sadece eskilerin hatırlayabildiği kavramlar olmaktan çıkararak bunları gelecek nesillere aktarmak ve yabancı ziyaretçilerle paylaşmak Sakin Şehir olmanın özelliklerinden biridir¹²⁸.

Bununla birlikte, kültürün korunması, devamlılığın sağlanması, geleneksel üretim ve organik eğilimin canlandırılması ve kalabalık şehirlerin karmaşasından bunalarak doğal yaşamı özleyenlerin talepleri, yavaş hareket olan destinasyonlarda turizm talebini arttırmıştır. Türkiye'de ilk Sakin (Yavaş) şehir unvanı alan Seferihisar

¹²⁶ Wikipedia, Cittaslow, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Cittaslow>. (Erişim Tarihi: 26.04.2014).

¹²⁷ Cittaslow Üyelik Kriterleri, http://cittaslowturkiye.org/?page_id=1549. (Erişim Tarihi: 26.04.2014)

¹²⁸ Bülent Köstem (2010), Cittaslow nedir?,

http://www.cittaslowseferihisar.org/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=62, (Erişim Tarihi: 01.05.2014)

başarılı bir yerel yönetim profili sergilemiş, gerek doğal gerekse beşeri kaynakları sürdürülebilir bir amaç doğrultusunda kullanma yolunda önemli ilklere imza atmıştır¹²⁹. Benzer şekilde, Türkiye'nin 2009 yılında Seferihisar ile tanıştığı, kentlerin özgün kimliklerini koruyarak yaşam kalitesini artırmayı ve sürdürülebilir gelişmeyi öngören Sakin Şehir ağının Akyaka, Gökçeada, Perşembe, Vize, Taraklı, Yalvaç, Yenipazar'dan sonra dokuzuncu üyesi Halfeti'dir. Dünyada siyah gülün yetiştiği tek yer olarak bilinen Halfeti'nin Sakin Şehir ağına katılması ile birlikte bu hareket Güneydoğu bölgesine de yayılmış bulunmaktadır¹³⁰. Kısaca ifade etmek gerekirse Sakin Şehir olarak seçilen bir yerleşim yerinde¹³¹,

- Geri dönüşüm ve geri kazanıma odaklanan, şehrin veya ilçenin ayırt edici özelliklerini destekleyen bir çevre politikası uygulanmaktadır.
- Çevre dostu arazi kullanımını dikkate alan altyapı olanakları kullanılmaktadır.
- Bölgedeki tarihi yerler ve önemli mimari yapılar belirlenmekte, korunmakta ve devamlılığı sağlanmaktadır.
- Hava ve yerleşim yerindeki yaşamın kalitesini artırarak teknoloji kullanımını teşvik edilmektedir.
- Geleneksel ve yerel ürünler korunmakta ve tanıtılmaktadır.
- Yerel yemeklerin ne olduğu ve nereden geldiği öğretilmektedir.
- Şehre veya ilçeye gelen misafirlere karşı hakiki bir konukseverlik ruhu sağlanmaktadır.

Bu bağlamda Sakin Şehir olmaya aday veya olan bölgelerde sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin desteklendiği açıkça görülmektedir. Daha kaliteli bir yaşam sürmek isteyen insanların varlığı ve giderek değişen turizm algısı bu bölgelere olan talebi de dolayısıyla arttıracaktır.

¹²⁹ Ebru Günlü (2014), "Sürdürülebilir Turizm ve Yönetim", Metin Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık, s. 79.

¹³⁰ Türkiye'nin Yeni Sakin Şehri Güneydoğu'dan, <http://fotogaleri.ntvmsnbc.com/turkiyenin-veni-sakin-sehri-gunevdogudan-1.html?position=0> (Erişim Tarihi: 01.05.2014).

¹³¹ Cittaslow, <http://www.cittaslow.org.au/default.asp>. (Erişim Tarihi: 01.05.2014).

D. İklim ve Hava

İklim ve hava ile turistik destinasyonlar arasındaki ilişki genel olarak bilinen bir konudur. İklim, bir zamanlar turizm bölgesinin pazarlanmasında kullanılan en yaygın çekim unsurlarından birisiydi. Dolayısıyla bugün hala önemini sürdürmekte, küresel ısınma ile birlikte tekrar tartışılmaya ve üzerinde tartışmalar yapılmaya devam edilmektedir. Nitekim iklim ve hava, destinasyonlardaki turizm talebini etkilediği gibi aynı zamanda dolaylı ve dolaysız yönden maliyet, gelir ve karlılığı da etkilemektedir.

Turizm yüksek oranda iklimsel koşullara duyarlı olan ekonomik bir sektördür. İklim değişikliğindeki gözle görülür etkiler, turizm ve iklim arasındaki ilişkinin önemini giderek arttırmaktadır. Turizm ve hava arasındaki geçerliliğini kaybetmemiş olan çalışmalar dört şekilde sınıflandırılır: Seyahat için bir motivasyon unsuru olan hava, imajın bir tamamlayıcısı olarak hava, destinasyonun bir kazancı olarak hava ve turizm faaliyetlerini engelleyen bir unsur olarak hava. Bu bağlamda, iklim genellikle seyahat için bir motivasyon unsuru olmuştur. Benzer şekilde, iyi hava bir motivasyon unsuru sayılırken, kötü hava caydırıcı bir unsur olabilmektedir. Şöyleki uzun vadede, kötü hava beklentileri, turistik destinasyona olan turizm talebini engelleyebilir. Kısa vadede ise hava koşulları, turizm aktivitelerini engelleyen bir unsur olarak görülmektedir. Örneğin ılıman geçen bir kış, kayak ile ilgili aktiviteler üzerinde olumsuz etki yaratabilmektedir. Lisa ve Tool (2002), yaptığı bir çalışmada, Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) ülkelerine dayalı turistlerin, yılın en sıcak ayında ortalama 21 °C olan destinasyonları tercih ettikleri ve sıcaklık değişikliklerinin destinasyon seçimlerini etkilediklerini belirtmişlerdir¹³². Bu bağlamda turizm endüstrisi açısından iklim değişmesine neden olan küresel ısınma oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Buna ek olarak, küresel ölçekte turizmden kaynaklanan karbon salınımları iklim değişikliğine yol açan faktörlerin %5 ile %12'sini oluşturmaktadır. Bu payın yaklaşık %40'ını havacılık, %32'sini karayolu taşımacılığı oluşturmaktadır. Sonuç olarak turizmden kaynaklanan karbon salınımının %72'lik kısmının ulaşım faaliyetlerinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Dolayısıyla, ulaşımdan kaynaklı

¹³² Jonathon Day vd., (2013), "Weather, Climate, and Tourism Performance: A Quantitative Analysis", *Tourism Management Perspectives* 5, ss. 51-52.

emisyona salınımının iklim değışikliği üzerindeki etkisi, taşımacı firmaların sürdürülebilirlik uygulamaları konusunda teşvik edilmesini gerektirmektedir¹³³.

Nitekim, uluslararası Sivil Havacılık Örgütü, sera gazı emisyon miktarını ve havacılığın iklim değışikliğindeki rolünü azaltmak, kaynak kullanımını iyileştirmek ve sürdürülebilirliği sağlamak için Havacılıkta Alternatif Yakıtlar İçin Küresel Çerçeve isimli bir girişim başlatmıştır. Yine İstanbul Atatürk Havalimanı'nın işletmeci kurumu TAV, sera gazı miktarının azaltılmasına yönelik proje kapsamında Yeşil Kuruluş unvanını almıştır. Hava kalitesinin korunması için uçağın taksi konumunda bekletildiği sürenin azaltılması (taksi konumu daha fazla emisyon üretilmesi anlamına gelir), taksi yolunun daha az durma, dönme noktası ve pis geçişleri olacak şekilde düzenlenmesi gerekmektedir¹³⁴. Kısacası, iklim ve havanın kalitesi ve uygunluğu turizm sektörü açısından oldukça önemlidir ve bu faktörün turizm talebine olan etkisi göz önünde bulundurularak, bu alanda yapılan düzenlemeler arttırılmalı, konu ile ilgili daha çok projeler üretilmelidir.

E. Kültürel Miras

Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde miras şöyle tanımlanmaktadır; “(1) Birine, ölen bir yakından kalan mal, mülk, para veya servet, kalıt, bırakıt, tereke; (2) Kalıtım yoluyla gelen herhangi bir özellik; (3) Bir neslin kendinden sonra gelen nesle bıraktığı şey.” Yine aynı sözlükte kültür: “Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin” olarak tanımlanmaktadır¹³⁵.

Buradan hareketle, kültürel miras, geçmişten günümüze uzanan bir süreci kapsamaktadır ve klasik dönem yani eski Yunan ve Roma dönemi ve öncesine kadar uzanmaktadır. İlk bilinen kültürel miras alanındaki turistik çekim merkezlerinin tamamı insanlar tarafından inşa edilmiş, antik dünyanın yedi harikasıdır. Bunlar,

¹³³ TUROFED, s.30.

¹³⁴ İlkay Taş (2014), “Sürdürülebilir Turizm ve Havalimanları”, Metin Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 231-236.

¹³⁵ TDK, Genel Türkçe Sözlük, http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.53b64b7eaa9f65.95876066. (Erişim Tarihi: 02.07.2014).

Keops Piramidi, Babil'in Asma Bahçeleri, Zeus Heykeli, Artemis Tapınağı, Halikarnas Mozolesi, Rodos Heykeli ve İskenderiye Feneri'dir¹³⁶. Kültürel mirasa konu olan varlıklar, geçmişten günümüze gelmiş elle tutulur, gözle görülür değerler ile birlikte elle tutulamayan ancak toplumun temel özelliğini ve geleneğini yansıtan değerleri de kapsamaktadır. Kültürel miras, taşınır kültürel miras (resimler, heykeller, sikkeler ve el yazmaları), taşınmaz kültürel miras (anıtlar, arkeolojik vb.), sualtı kültür mirası (batık, sualtı kalıntıları, şehirler) ve somut olmayan kültürel miras (sözlü gelenekler, gösteri sanatları, ritüeller) olarak ayrılmaktadır¹³⁷.

Buradan hareketle, kültürel miras konusunda Birleşmiş Miller Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü'nün (UNESCO) Dünya Mirasları Programı, önemli kültürel ve tarihi destinasyonlar için yapılan seyahatleri desteklemektedir. Bu kapsamda Dünya Mirasları, UNESCO tarafından belirlenen ve tüm dünyada öncelikli olarak korunması için çalışmalar yapılan kültürel ve doğal varlıkların listesidir. İlk olarak 1978'de 12, 1987'de 289, on yıl sonra 1997'de sayıyı ikiye katlayarak 552, 2014 yılında ise 981 kültürel ve doğal varlık Dünya Miras Listesi'nde yer almıştır. Türkiye'de ise kültürel miras olarak İstanbul'un tarihi alanları, Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası (Sivas), Hattuşaş (Boğazköy)- Hitit Başkenti (Çorum), Nemrut Dağı (Adıyaman), Xanthos-Letoon (Antalya-Muğla), Safranbolu Şehri (Karabük), Truva Antik Kenti (Çanakkale), Edirne Selimiye Camii ve Külliyesi (Edirne), Çatalhöyük Neolitik Kenti (Konya), hem kültürel hem doğal miras olarak Göreme Milli Parkı ve Kapadokya (Nevşehir) ve Pamukkale- Hierapolis (Denizli) olmak üzere 11 adet varlığımız Dünya Miras Listesi'nde yer almaktadır¹³⁸.

Dolayısıyla, Dünya Miras Listesi'nde yer alan kültürel değerler uluslararası anlaşmalarla belirlenmiş, tanınmış ve korunması için önlemler alınmış küresel bir değere sahip olmakla birlikte ülkeler bu unvanı ulusal turizm pazarlama kampanyaları için kullanmaktadır. Örneğin, Hall ve Piggın tarafından 44 dünya mirası alanında yürütülen bir araştırmaya göre, araştırmaya konu olan alanların üçte

¹³⁶ David L. Edgell (2006), *Managing Sustainable Tourism A Legacy for the Future*, New York, London, Oxford: The Haworth Pres, ss. 57-58.

¹³⁷ UNESCO (2013), What is Meant by "Cultural Heritage"? , <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/definition-of-the-cultural-heritage/>. (Erişim Tarihi: 05.05.2014).

¹³⁸ UNESCO, World Heritage List, <http://whc.unesco.org/en/list/>. (Erişim Tarihi: 05.05.2014); Edgell, s. 58.

ikisinin yöneticileri, Dünya Mirası statüsüne sahip olduktan sonra ziyaretçi sayısının arttığını rapor etmişlerdir.

Bununla birlikte ziyaretçilerin, ülkelerin sahip olduğu kültürel değerlere hayran kalması, diğer ülkelerin çevreleri, kültürleri, değerleri ve yaşam tarzları hakkında daha fazla şey öğrenmeleri uluslararası anlayışı artıracaktır. Benzer şekilde, kültürel miras varlıkları bölgeye olan turizm talebini etkileyecek, iş olanaklarının gelişmesini, yerel halkın yaşam düzeyinin yükselmesini ve kültürel değerlerin korunması için toplum bilincinin artmasını sağlayacaktır.

Buradan hareketle, kültürel miras ve turizm arasında oldukça sıkı bir ilişki bulunmaktadır ve kültürel miras sürdürülebilir turizmin bir parçası olarak kabul edilmektedir. Kavramlar incelendiğinde sürdürülebilirlik, mevcut varlıkların gelecek nesillere aktarılmasını içerirken, kültürel miras, geçmişten gelen turizm merkezli varlıkları ifade etmektedir. Şöyle ki kültürel mirasa konu olan varlıkların geçmişten günümüze kadar gelmiş olması ve sonrasında gelecek nesillere aktarılabilmesi sürdürülebilirliğin sağlanması açısından önemlidir¹³⁹. Bu bağlamda, kültürel mirasın korunmasına yönelik turizm programları incelendiğinde, iş birliği yapmak, toplum ve turizm arasındaki uyumu sağlamak, programları ve yerleşim yerlerini canlandırmak, kalite ve aslına uygunluk, kaynakların korunması ve sürdürülmesi olmak üzere beş temel ilke üzerinde durulduğu gözlenmiştir¹⁴⁰.

Kısaca ifade etmek gerekirse insanları turizm faaliyetlerine yönelten en önemli güdülerden biri farklı kültürleri tanıma ve bu deneyimi yaşama isteğidir. Kültürel mirasın korunabilmesi ve devamlılığının sağlanması, turizmin sürdürülebilirliğinin sağlanması anlamına da gelmektedir. Turizmin sosyal, kültürel ve ekonomik faydalarından en yüksek düzeyde yararlanabilmek için, tekrar yerine konulamayacak kültürel değerlerin gelecek nesillere bozulmadan aktarılması, dolayısıyla bu varlıkların sağlıklı ve sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir¹⁴¹.

¹³⁹ Osman Nuri Özdoğan (2014), “Sürdürülebilir Turizm ve Kültürel Miras”, Metin Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 49-52.

¹⁴⁰ Edgell, s. 62.

¹⁴¹ Özdoğan, ss. 46-60.

F. Doğal Miras

UNESCO, 1972 yılında doğal ve kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlamak ve tehditlerden korumak amacıyla Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunmasına yönelik sözleşmeyi kabul etmiştir. Kültürel ve doğal mirasın bir parçasının bozulmasının veya yok olmasının, bütün dünya milletlerinin mirası için zararlı bir yoksullaşma teşkil ettiğini ortadadır. Nitekim bu uluslararası sözleşme pek çok ülke tarafından kabul görmüştür. UNESCO, doğal ve kültürel miras ayrımını kabul etmekte ve doğal mirası şöyle ifade etmektedir¹⁴²:

1. Estetik veya bilimsel açıdan istisnaî evrensel değeri olan, fiziksel ve biyolojik oluşumlardan veya bu tür oluşum topluluklarından müteşekkil doğal anıtlar.

2. Bilim veya muhafaza açısından istisnaî evrensel değeri olan jeolojik ve fizyografik oluşumlar ve tükenme tehdidi altındaki hayvan ve bitki türlerinin yetiştiği kesinlikle belirlenmiş alanlar,

3. Bilim, muhafaza veya doğal güzellik açısından istisnaî evrensel değeri olan doğal sitler veya kesinlikle belirlenmiş doğal alanlar.

Yukarıda belirtilen tanımlardan hareketle, kültürel mirasa ait unsurlar hakkında deneyim sahibi olmak için seyahat eden turistler, bununla birlikte bölgedeki doğal miras unsurlarını da görmek istemektedir. Doğal ve kültürel öğeleri bir arada bulunduran yerleşim yerlerine dair fotoğraf, sanal tur ve yorumlar bireylerin seyahat taleplerini etkilemektedir. Günümüzde küresel ısınma ve sera gazı yayılımı gibi kontrol edilmesi güç faktörlerden dolayı tehdit altında bulunan doğal miras, turizmin olumsuz etkisi de eklenince daha da korunmaya muhtaç hale gelmektedir. Bu bağlamda turizm sektöründeki yoğunlaşmanın miras alanları üzerinde yarattığı olumsuz etki, bu alanlar için sürdürülebilir stratejiler geliştirmeyi zorunlu hale getirmektedir¹⁴³.

Doğal miras, sürdürülebilirlik kavramının çevresel boyutu ile yakın ilişkisi olan bir turizm girdisidir. Dolayısıyla, sürdürülebilir turizmin temel ilkelerinden

¹⁴² UNESCO, Dünya Doğal ve Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, <http://teftis.kulturturizm.gov.tr/TR.14269/dunya-kulturel-ve-dogal-mirasin-korunmasi-sozlesmesi.html>. (Erişim Tarihi: 05.05.2014).

¹⁴³ Manolya Aksatan, “Sürdürülebilir Turizm ve Doğal Çevre”, Metin Kozak (Ed.), *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 35-37.

birisi, çevresel kaynakların, doğal mirasın, biyolojik çeşitliliğin ve vahşi yaşamın korunmasıdır. Benzer şekilde, turizmin doğal mirasın korunmasına yönelik diğer olumlu etkileri ise aşağıda belirtildiği gibi ifade edilmektedir¹⁴⁴;

- Eko-sistemlerin ve havzaların korunması,
- Turizm için değerlendirilmemesi durumunda, yerel halka katkı sağlamayacak ya da fazladan maliyet yaratacak kaynakların değerlendirilmesi,
- Eğitim ve rehberlik gibi hizmetler aracılığı ile koruma faaliyetlerinin öneminin ve değerinin insanlara iletilmesi,
- Doğal miras değerlerinin ziyaretçilere ve yerel halka iletilmesi ve açıklanması yoluyla, sorumluluk sahibi tüketicilerin sayısının artması,
- Ziyaretçi davranışını, seyahat ve turizm işletmelerinin işleyiş sistemlerini etkileyen olumlu çevresel uygulamaların ve yönetim sistemlerinin araştırılmasının ve geliştirilmesinin desteklenmesi,
- Yerel hizmetlerin, ulaşımın ve haberleşmenin geliştirilmesi,
- Korunan alanlar için otofinansman mekanizmaları geliştirilmesine yardımcı olması

Kısaca ifade etmek gerekirse, önemli bir çekicilik unsuru olan doğal mirasın turizm talebi üzerindeki etkisi göz ardı edilmemelidir. Bu bağlamda doğal mirasın gelecek nesillere aktarılabilmesi için sürdürülebilir turizm felsefesiyle bütünleşmesi gerekmektedir.

G. İşletmenin Arz Yapısı

Giderek artan eğitim seviyesi ve gelirdeki artışla birlikte çevreye duyarlı tüketici kitlesinin, çevreci işletmelerin hizmetlerinden faydalanmak istemeleri seyahat ve tur operatörleri üzerinde bir baskı oluşturmaktadır. Böylece konaklama işletmelerinin çevresel düzenlemeleri, yiyecek-içecek işletmelerinin üretim aşamasında kullanılan hammadde seçiminde çevreye duyarlı işletmeleri tercih

¹⁴⁴ Aksatan, s. 38.

etmeleri, yerel ve organik ürünleri kullanmaları sürdürülebilir turizme doğrudan katkı sağlamaktadır¹⁴⁵.

Turistik işletmelerin, sürdürülebilir kaynak yönetimiyle 1980'li yıllarda tanışmaya başlamasına karşın, planlı bir şekilde etkin ve verimli çalışmalarını 1990'lı yılların başlarından itibaren uygulamaya başladıkları görülmektedir. Bu bağlamda, sürdürülebilir otel kavramının oluşması tasarım, inşaat ve işletme aşaması olmak üzere üç aşamada yapılacak çalışmalarla bir bütün oluşturacaktır. Tasarım aşamasında, ısıtma, soğutma, havalandırma, aydınlatma, konumlandırma durumlarının belirlenmesi ve enerji etkin yapı tasarımı, kaynakların etkin kullanımı açısından yönlendirici olacaktır. İnşaat aşamasında yapının yerel iklim ve coğrafi yapıya uygunluğu, sürdürülebilir yapı malzemelerinin kullanılması, yeşil çatılar, doğal havalandırma ve aydınlatma olanaklarından yararlanılması hem maliyet hem de doğal dengenin korunmasına yönelik etkin sonuçlar ortaya çıkaracaktır. İşletme aşamasında ise sürdürülebilirliğin temel göstergesi hizmet üretim ve sunumunun yapılması için gerekli olan kullanım ve uygulamalar dikkat çekmektedir¹⁴⁶.

Buna ek olarak, turizmin çevre üzerindeki etkileri değerlendirildiğinde işletmelerin sahip olduğu sürdürülebilir hizmet yapısı oldukça dikkat edilmesi gereken bir konudur. Dünyanın çeşitli bölgelerinde susuzluk çeken bölgeler varken, lüks bir otelde kişi başı bir günlük taze su tüketiminin 600 litre civarında olması düşündürücüdür. Goa'da yapılan bir incelemede beş yıldızlı bir resort otelin su tüketimi, bölgede yaşayan bir köyün su tüketimiyle aynı düzeydedir. Yoğun turizm faaliyetlerinin sürdürüldüğü Akdeniz'de ise 700 kadar şehir ya da köyün ancak %30 kadarı atık su denetimi altındadır. Karayip bölgesinde ise yıllık 100 milyon turistin ziyareti sonucu ortaya çıkan sıvı atıkların ancak %10'u arıtılmakta, geri kalanı denize bırakılmaktadır¹⁴⁷. Bu bağlamda sürdürülebilir otel, daha az su tüketen bir tesis olmakla birlikte, zorunlu olarak kullanılan su miktarını da etkin bir şekilde yönetebilme özelliğine de sahip olmalıdır. Şöyleki otel işletmelerinde sürdürülebilir

¹⁴⁵ Mithat Zeki Dinçer ve Sezgi Gedik (2010), "Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı İçinde İstanbul'daki 5 Yıldızlı Çok Uluslu Konaklama İşletmelerinin Çevre Duyarlılığının Değerlendirilmesi", Osman Eralp Çolakoğlu (Ed.), **11. Ulusal Turizm Kongresi Kuşadası**, Ankara: Detay Yayıncılık, s. 660.

¹⁴⁶ Mahmut Demir, "Sürdürülebilir Turizm ve Otel İşletmeleri", Metin Kozak (Ed.), **Sürdürülebilir Turizm Kavramlar-Uygulamalar**, Ankara: Detay Yayıncılık, ss. 175-177.

¹⁴⁷ Yasin Bilim vd., (2008), "Turizm Ne Kadar Sürdürülebilir? Turizmin İklim Değişikliklerine Etkileri ve Ürün Geliştirme Yönünde Yeni Fikirler", **Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı Antalya**, Ankara: Gazi Kitabevi, ss. 476-485.

kaynak kullanımının önemli araçlarından olan su tasarrufu sistemlerine yapılan yatırımlar, kullanılan suyun tekrar kullanımı ve kar/yağmur suyu toplama ve yönetim sistemleri vb. uygulamalarla oda başına yılda 1.045 metreküp veya gecelik %27 daha düşük su tüketimi sağlamaktadır. Otel işletmelerinin sürdürülebilir turizm kapsamında özellikle oda ve ortak alanlardaki duş, tuvalet gibi alanlarda sensorlu sistemler, çift kademeli rezervuarlar, düşük basınçlı su akış sistemi, devir daimli havuz sistemi gibi uygulamalara sahip olması su kullanımında verimliliği ve tasarrufu sağlayabilecektir¹⁴⁸.

Otel işletmeleri açısından önemli olan diğer bir konu ise enerji tüketimidir. Afrika'da kurulan beş yıldızlı bir otel misafirinin kullandığı elektrik miktarı, bir yerlinin kullandığı elektrik miktarının yaklaşık sekiz katı kadardır¹⁴⁹. Otel işletmeleri özellikle alan ısıtma ve soğutma işlemleri açısından büyük enerji yatırımlarına ihtiyaç duymaktadır. Bunun yanı sıra, oda alanları (yatak odaları, banyo ve tuvaletler), ortak alanlar (resepsiyon, lobi, restoran ve barlar, toplantı ve konferans salonları, yüzme havuzları, spor salonları, hamam ve sauna) ve hizmet alanları (mutfak, ofisler, depolar, çamaşırhane, lojman, makine odası ve diğer teknik alanlar) olmak üzere özellikle üç alan enerji tüketimi miktarında önemli belirleyici durumdadır. Dolayısıyla, sürdürülebilir otel işletmelerinde enerji kullanımı verimliliğinin artırılabilmesi için ısıtma, aydınlatma ve sıcak su sağlamada güneş enerjisi kullanımı, rüzgar gücünden yararlanma, biyokütleden (bitki ve diğer biyolojik materyallerden elektrik üretme) enerji sağlama, yeşil elektrik satın alma gibi uygulamalar optimum fayda sağlamaktadır. Bununla birlikte oda ve koridorlarda LED ampullerin kullanılması, tesis genel alanlarında enerji tasarruflu ve sensorlu aydınlatmaların kullanılması, odalarda elektrik tasarrufu sağlayan Energy Saver sistemi kullanılması, işletmenin genelinde renkli cam tercih edilmesi, gece yarısından sonra genel aydınlatmanın Gece Moduna alınması gibi bazı uygulamalar enerji tasarrufu açısından oldukça etkili olmaktadır. Örneğin, 1988-1995 yılları arasında Inter-Continental Otelleri yeni teknikler kullanarak enerji maliyetlerini %27 oranında düşürmüştür. Benzer şekilde, İstanbul'da enerji verimliliğini uygulayan Hilton

¹⁴⁸ Demir, s. 183.

¹⁴⁹ Bilim vd., ss. 476-485.

Double Tree oteli ise 2009-2014 yıllarını kapsayan 5 yıllık dönemde enerji tüketimi, karbon salınım oranı ve atık oranının yaklaşık %20 azaltılmasını hedeflemektedir¹⁵⁰.

Dünyadan örnekleri incelediğimizde ise Yeni Zelanda Hyatt Regency International Hotel; konukların odalarında olmadıklarında ısıtma, soğutma ve diğer araçları açık bıraktıklarını fark eden, odalarda kimsenin olmadığı zaman temel elektronik araçlar dışında diğer sistemlerin kapatılmasını sağlayan bir sistem geliştirmişlerdir. Bu sistemin maliyeti 16.000 dolar iken geri dönüşü 14 ayda 14.000 dolar olmuştur. Yine The Sheraton Tacoma Hotel, aydınlatmada tasarruf sağlamak amacıyla 2000 adet akkor lambayı floresan lambalarla değiştirerek 18 ayda 15.000 dolar tasarruf etmişlerdir. Bir diğer örnek ise The Sheraton Auckland Hotel and Towers işletmesi havlu, çarşaf vb. tekstillerin yıkama sırasında %35 ve kurutma sırasında %65 enerji harcadığını fark ederek, yıkama ısısını 85'den 65'e indirmiş ve ilk üç ayda 2.000 dolar tasarruf sağlamıştır¹⁵¹.

Turizm işletmelerinin önem vermesi gereken bir diğer konu ise atık yönetimi sistemidir. Bu sistem atıkların azaltılması, tekrar kullanımı ve geri dönüşümünün sağlanması aşamalarından oluşmaktadır. Sürdürülebilir otel işletmelerinde standart olarak uygulanabilen atık azaltma yöntemleri içinde ürün ve malzeme almaya yönelik uygulamalar dikkat çekicidir. Küçük parçalar yerine büyük parçaların tercih edilmesi, yiyecek malzemelerinin tekrar kullanılabilir kaplarda servis edilmesi atık üretmeyi kontrol etmek açısından önemlidir. Bununla birlikte tek kullanımlık malzemelerin azaltılması, kağıt havlular yerine temizlik bezlerinin kullanımı, her türlü havlu, çarşaf ve diğer çamaşırların toplanmasında plastik yerine bez torba ve sepetlerin kullanılması, bilgisayardan gereksiz çıktı alınmasını önlemek için e-posta kontrol alanları oluşturulması sürdürülebilir kaynak kullanımına destek olabilecek, atık üretiminin azaltılmasına yönelik uygulamalardır¹⁵².

Benzer şekilde, turizmin çevre ve doğa ilişkisinin sürdürülebilir bir eksene çekilebilmesi için yerel yönetimlerin olduğu kadar işletme sahiplerinin de sıvı ve katı atık konusunda bilinçli olmaları gerekmektedir. Özellikle bahçe sulaması ve içme suyu dışında kullanılacak sular için “gri su” kullanımının yaygınlaştırılması atık suların geri dönüşümünü mümkün kılacak, kaynakların verimli kullanılmasını

¹⁵⁰ Demir, ss. 181-182; Bilim vd., ss. 476-485; Göktepe, ss. 88-90-91.

¹⁵¹ Göktepe, s. 91.

¹⁵² Demir, ss. 184-185.

sağlayacaktır. İşletmelerde yeterli düzeyde geri dönüşüm kutularının kullanılması çevre üzerindeki baskıyı azaltacaktır¹⁵³. Geri dönüşüm kutularını kullanan ve misafirlerine bu konuda yeterli düzeyde bilgilendirici faaliyetlerde bulunan bir işletme enerji tasarrufu, gelecek kuşaklara ağaç rezervi, su tasarrufu ve ekonomik girdi gibi birçok fayda sağlayacaktır.

Başka bir ifadeyle, bir işletme sadece çevresel düzenlemeler değil aynı zamanda sosyal ve kültürel boyutta da sürdürülebilir turizmi destekleyici arz yapısına sahip olmalıdır. Yerel kalkınmaya destek olmalı, ziyaretçilerin yerelde harcamasını çoğaltacak, ev sahibi destinasyona fayda sağlayacak faaliyetleri göz ardı etmemelidir. Irk, cinsiyet, engellilik gibi konularda ayrımcılık yapılmaksızın ücret ve hizmet kalitesini iyileştirerek istihdam olanakları sunmalıdır. Aynı zamanda misafir memnuniyetini en üst seviyede tutmalı ve ayrımcılık yapılmaksızın tatmin edici bir hizmet sunmalıdır. Tarihi mirasa, kültüre, geleneklere ve göreneklere saygı duymalı ve bu alanda işletme olarak faaliyetlerde bulunmalıdır. Doğal alanları, biyolojik çeşitliliği ve vahşi yaşamı tehlikeye sokacak mimari yapıdan uzak durmalı doğal yaşam alanları ile parkları desteklemeli ve bütçe dahilinde konaklama işletmelerinde sürdürülebilir turizme yönelik alanlar oluşturmalıdır. Dolayısıyla, misafir memnuniyetinin öncelikli olduğu bir otel işletmesinde sürdürülebilirlik için kaygı duyan misafirler, bu tür faaliyetleri yürüten işletmeleri diğer işletmelere göre daha fazla tercih edeceklerdir. Nitekim eğitim düzeyi ve sürdürülebilirlik alanında bilinç düzeyi her geçen gün artan misafirlerin, işletmeye fazladan kar ve prestij getirecekleri bir gerçektir¹⁵⁴.

Kısaca ifade etmek gerekirse, turizm endüstrisi yenilenemeyen kaynakların önemli bir kullanıcısı durumundadır. Bu bağlamda çevresel sorumluluk, turizm endüstrisinin tüm paydaşlarının ortak amacı olmalıdır. Çevresel sorumluluk bilinciyle hareket eden işletmeler hem maliyetleri azaltmak hem de gelecek nesillere daha yaşanılabilir bir çevre bırakmak için önemli bir yol izlemiş olacaklardır. Sadece çevresel sorumluluk değil fiziki ve kültürel kaynakların korunması da ortak amaçların içerisinde yer almalıdır¹⁵⁵.

¹⁵³ TUSİAD, s. 32.

¹⁵⁴ Göktepe, s. 88.

¹⁵⁵ Tülay Ceylan (2001), “Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi* 12, s. 169.

H. Rekabet Gücü

Bir hizmet sektörü olan turizmde, rekabet gücüne ilişkin algının kalite ve uzun vadeli gelişim göz ardı edilerek “pazar payı-toplam gelir-tanınırlık” gibi tamamen niceliğe dayalı faktörler çerçevesinde oluşması kaliteye ilişkin avantaj ve dezavantajların belirlenmesini engellemektedir. Oysa rekabet gücü ekonomik, insani-sosyal ve doğal faktörlerin bileşiminden oluşmaktadır¹⁵⁶. Şöyle ki, turizm sektöründe rekabet gücünü etkilediği düşünülen bazı değişken ya da faktörleri sayısal olarak ölçmenin mümkün olmadığı görülmektedir. Bunlar niteliksel faktörler kapsamında ele alınmaktadır. Rekabet gücünü ortaya koyabilmek için, turizmde söz sahibi birçok ülkenin, son yıllarda sürdürülebilir turizm, hizmet kalitesi, misafir memnuniyeti, verimlilik gibi konular üzerinde yoğunlaşmaya başladığı gözlenmektedir¹⁵⁷. Dolayısıyla sürdürülebilir turizmin rekabet gücüne etkisi, sektör temsilcileri, yerel yöneticiler ve kamu otoriteleri tarafından birlikte ele alınması gereken bir konudur.

Buradan hareketle ekonomik, insani, doğal ve kültürel kaynakların sürdürülebilirliği ülke, sektör ve firma bazında uzun vadeli rekabet gücünü arttırmakla birlikte sürdürülebilirlik konusunda avantaja sahip ülke veya firmalar, daha kaliteli ürün ve hizmetleri, hedef pazarlara ulaştırabilme şanslarına sahiptirler. Nitekim 2011 yılında Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından yayımlanan “Seyahat ve Turizm” raporuna göre, turizm sektöründe en yüksek rekabet gücüne sahip beş ülke İsviçre, Almanya, Fransa, Avusturya ve İsveç olarak sıralanmaktadır. WEF’nin hazırladığı rekabetçilik raporlarından çıkan en çarpıcı örnek ise, kendisini son yıllarda “ekolojik devlet” olarak tanımlayan Karadağ’ın 2008-2011 yılları arasında rekabetçilik endeksinde göstermiş olduğu başarıdır. 2008 yılında 59. sırada yer alan Karadağ, 2011 yılında 36. sıraya yükselmeyi başarmıştır. Bu yükselişin temel sebeplerinden bir tanesi Karadağ’ın “çevresel sürdürülebilirlik” kategorisinde kat ettiği ciddi mesafedir. Nitekim Küresel Rekabetçilik Endeksi bileşenlerinden, 2008 yılında ilk defa uygulanmaya başlanan çevresel sürdürülebilirlik, bu yükselişte yani küresel rekabetçiliğin artmasında çok büyük bir rol oynamaktadır¹⁵⁸.

¹⁵⁶ TUSİAD, s. 35.

¹⁵⁷ Ozan Bahar ve Metin Kozak (2005), **Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik**, Ankara: Detay Yayıncılık, s. 137.

¹⁵⁸ TUSİAD, ss. 36-38.

Bu nedenle, pazarın rekabete duyarlı oluşu ve sürdürülebilir turizm arasındaki ilişki oldukça mantıklı görülmektedir. Eğer turizm endüstrisi, eşsiz çevresel değerlere bağlıysa, turist akışının devamı için kaynakların korunması zorunludur. Sürdürülebilir turizm, kendisini rekabet avantajı sağlayacak şekilde pazarda konumlandırabilmesi için destinasyonlar için alternatif bir rol olarak ele alınmaktadır. Böylece kamu/özel sektör temsilcileri, çevresel ve yerel grupların da dahil olduğu bir planlama ve kalkınma stratejisi sürdürülebilir turizm hedeflerine ulaşmada rekabet gücü açısından gerekli olacaktır.

Öte yandan özel konuma sahip turizm pazar dilimlerinin gelişimi, destinasyonların rekabet güçlerini devam ettirme ve kendi çekiciliklerini geliştirme yollarını değiştirmiştir. Bu küresel ölçekli değişikliklerden bazı örnekler, eko-turizm, “green” yeşil turizm, miras turizmi, macera turizmi, yumuşak macera turizmi ve resort turizmidir. Özel ilgi turizmi, küresel pazarda gelişmekte olan iki unsurun sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bunlar turizm pazarındaki çeşitlilik ve küresel ölçekte devamlı büyüyen çevresel baskıdır. Ziyaretçiler artık destinasyonun çevre ile uyumunun sağlanmasıyla ortaya konan kaliteli turizm deneyimlerinin beklentisi ile seyahat kararı almaktadır. Destinasyonlar, dikkatli analizler ve hedef pazarın ihtiyaçlarına verdikleri yanıtlar sayesinde rekabetten kazançlı çıkmaktadır. Küresel düzeyde, özel ilgi turizminin ortaya çıkması, dünya turizm pazarının varış ve harcama istatistiklerine de yansımaktadır¹⁵⁹.

Yeni yüzyılda, rekabet koşullarının belirleyici faktörleri hakkında bilgi sahibi olmak destinasyonlar açısından önemli bir avantaj olarak görülmektedir. Bu bakımdan, rekabetin dört temel belirleyicisini Şekil 2.3'teki gibi ortaya koymak mümkündür:

1. Karşılaştırmalı Üstünlük: Destinasyonun karşılaştırmalı üstünlükleri, rekabet koşulları açısından kritik öneme sahip makro ve mikro çevreyle ilişkili etmenleri içerir.

2. Talep Yönlendirme: Destinasyonun, talebin değişen yapısına cevap verebilme yeteneği, onun rekabet edebilirliğini etkileyecektir.

¹⁵⁹ Salah S. Hassan (2000), “Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry”, *Journal of Travel Research*, Vol: 38, No:3, s. 240.

3. Endüstriyel Yapı: Destinasyonda organize bir turizm endüstrisinin varlığı veya yokluğu, rekabet edebilme yeteneği ile bağlantılıdır.

4. Çevresel Sorumluluk: Destinasyonun çevresel duyarlılığı, onun rekabet koşullarının devam ettirilebilirliğini etkileyecektir.

Şekil 2.6'dan da anlaşılacağı üzere, bu temel belirleyiciler üzerinde şekillenen rekabete dayalı pazarlama anlayışı, daha önceki rekabet modellerinden farklı olarak, turizm destinasyonu odaklıdır. Turizm, diğer endüstrilerden daha fazla oranda sürdürülebilir çevreye duyarlı ve bağımlıdır. Bu bağlamda kalkınma planlarında çevreye uyumlu olmak ve “sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak” çok önemlidir. Artan “çevreye duyarlı turizm talebi” bu yönde yeni ürünler üretilmesini özendirilmektedir. Nitekim 21. yüzyıl için sürdürülebilir turizmin, yerel ekonomiler kadar dünya ekonomisi için de bir temel oluşturması beklenmektedir¹⁶⁰.

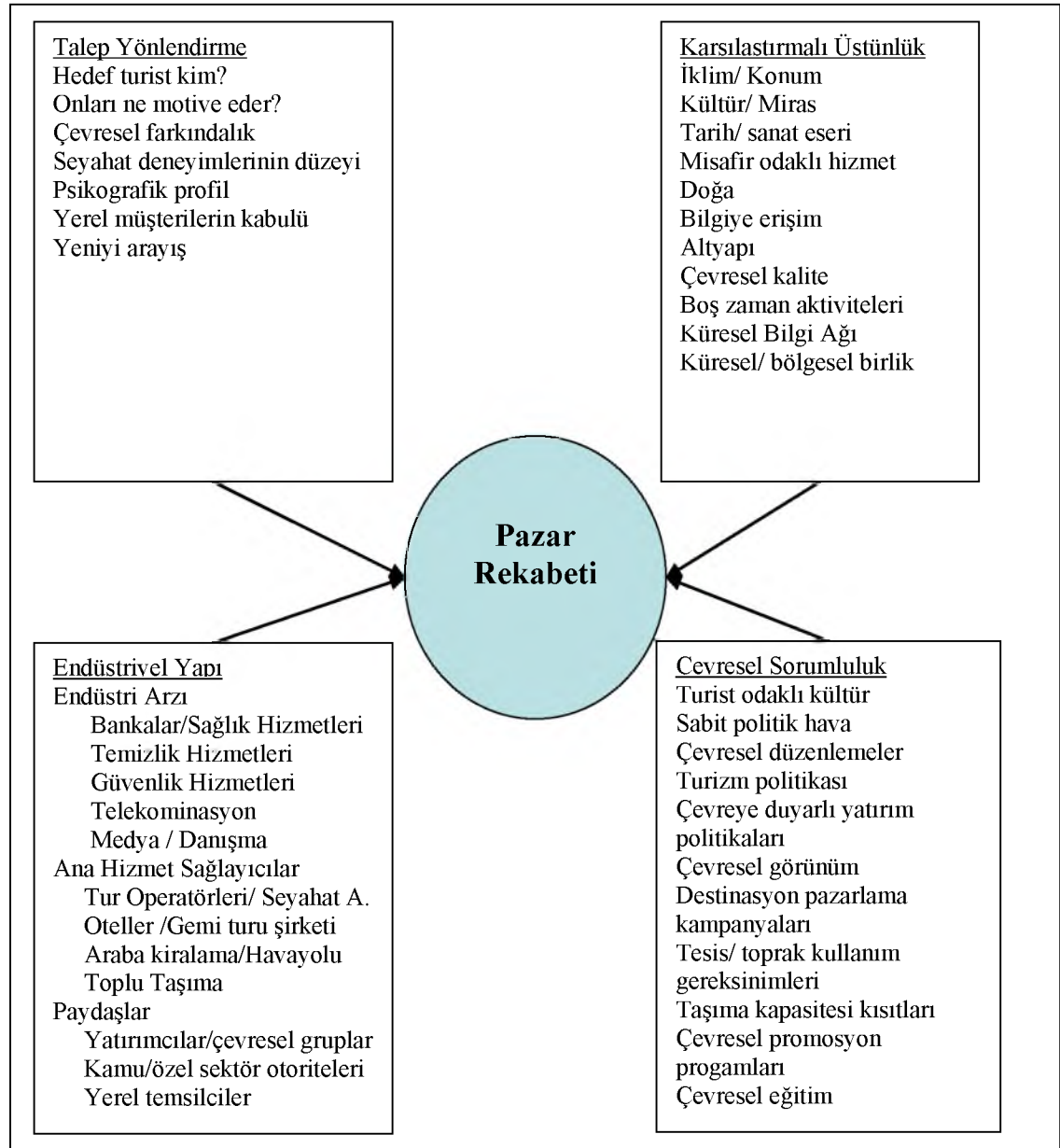
Bu bağlamda, eğer bir destinasyon ya da turistik tesiste, çevre yasaları daha etkili bir şekilde uygulanabilirse, belediyeler gerekli altyapı hizmetlerini tamamlarsa, doğal ve kültürel varlıkların korunması, çevresel sürdürülebilirlik gibi alanlarda yapısal reformlar gerçekleştirilirse, turizm alanında okutulan müfredat sürdürülebilirlik temeline dayanır ve bu alanda farkındalık oluşursa, ülkenin rekabet gücü açısından rakiplerine göre büyük bir avantaj sağlayacağı ortadadır.

Böylece, sürdürülebilir turizm ve çevre faktörünün rekabet gücü üzerinde olumlu bir etki meydana getirdiği anlaşılmalı birlikte; turizmin varlık nedeni olan fiziksel ve çevresel kaynakların korunması ve uzun dönemde sürdürülebilir bir şekilde kullanılması, destinasyonun rekabet gücünün kısa dönemde olduğu kadar, uzun dönemde de devamlılığı açısından büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda, uluslararası turizm pazarında rekabet gücü elde etmek için gerekli olan unsur, destinasyondaki üretim faktörlerinin miktarını arttırmaktan öte, bunların geliştirilmesi, korunması ve sonuçta ileriye yönelik kullanımının sürdürülebilirliğini sağlayacak politikaların üretilmesidir¹⁶¹.

¹⁶⁰ Hassan, ss. 240-242.

¹⁶¹ Ozan Bahar (2004), “Türkiye Turizm Sektörünün Rekabet Gücü Analizi Üzerine Bir Alan Araştırması: Muğla Örneği, **Basılmamış Doktora Tezi**, Muğla Üniversitesi S.B.E., s. 169.

Şekil 2.6: Sürdürülebilir Turizm Pazarında Rekabet Belirleyici Faktörler



Kaynak: Salah S. Hassan, (2000), "Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry", *Journal of Travel Research*, Vol: 38, No:3, s. 241.

IV. Sürdürülebilir Turizme Yönelik Örnekler

Gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerde "sürdürülebilir turizm" anlayışı gittikçe önem kazanmaktadır. Bu bağlamda değişik ülkelerde, farklı turizm işletmelerinde birbirinden farklı örnekleri görmek mümkündür. Sürdürülebilir turizme yönelik yapılan çalışmaların ortak amacı turizmden elde edilen faydaları maksimize ederken, bu fayda ve yararların elde edilmesini sağlayan kaynakları

mümkün olduğu kadar korumak ve zenginleştirmektir. Sürdürülebilir turizm konusunda ortaya konulan örneklere yer vermek konunun daha iyi anlaşılması ve ülkemizde bu konuda neler yapılabileceği açısından yararlı olacaktır¹⁶².

A. Otel Örneği: Fairmont Chateau Whistler Resort

Fairmont Chateau Whistler (FCW), Kanadalı bir şirket olan Fairmont otellerinin bir parçasıdır, dört mevsim hizmet veren ve sürdürülebilir turizm konusunda örnek teşkil eden lüks otellerdendir¹⁶³. Bu şato tipi otel Whistler’da, Vancouver’in 120 kilometre doğusunda bulunur. Whistler’ı çevreleyen dağlar sadece gelen ziyaretçileri değil, yıl boyunca burada ikamet eden 9500 dolaylarında insanı da etkisine almaktadır. Son yıllarda konut ve ticari gelişmeler, bölgenin doğal ekolojisi üzerinde inanılmaz derecede baskı yaratmaktadır. Buradan hareketle FCW temsilcileri, bölgenin doğal çevresini geliştirerek bu olumsuz etkileri en aza indirmek için bir öncelik yaparak iyileştirilmesi gereken öncelikli olarak dört alan belirlediler: enerji yönetimi, atık yönetimi, sürdürülebilir ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi ile toplumseverlik. Daha sonraki adımları ise personelden yönetime kadar herkese farkındalık, anlayışlılık ve sürdürülebilirlik hedeflerine bağlılık için eğitimler ve sempozyumlar vermek oldu. Sonrasında da bunları takip etmek için çeşitli faaliyetler düzenlediler: yöneticiler arasında yapılan zorunlu haftalık toplantı, oluşturulan komitenin geri dönüşüm almak için düzenlediği aylık toplantılar, yılda üç kez personel kafeteryasında düzenlenen yeşil temalı günler, her departmanın oluşturduğu bültenler ve iki haftada bir yayımlanan personel gazeteleri. Ayrıca dışarıdan gelen misafirlere, çevre sakinlerine ve iş ortaklarını da bu sürece dahil eden FCW, çeşitli düzeydeki okullarda turizm ve sürdürülebilirlikle ilgilenen 6 farklı gruba eğitim verdi. Benzer şekilde golf alanına çeşitli tabelalar koyarak misafirlerine ve bölge sakinlerine bölgenin florasını, faunasını ve tarihi geçmişini tanıma şansını verdi.

FCW’nin atık yönetimi üzerine yaptığı çalışmaların en önemlisi bilgisayar iletişimini destekleyerek ileri boyuttaki kağıt israfını azaltmak oldu. Yabani otları

¹⁶²İsmet Kaya (1997), “Sürdürülebilir Turizmin Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Değerlendirilmesi”, **Basılmamış Doktora Tezi**, Balıkesir Üniversitesi S.B.E. , s. 72.

¹⁶³ Esther Speck (2002), *Sustainable Tourism: A Global Perspective*, (Ed.) Rob Harris vd., Oxford: Butterworth Heinemann, ss. 269-283.

herbisit gibi kimyasal maddeler ile yok etmek yerine elle yolarak temizlemeyi tercih ettiler. Teraslarda organik bitkiler bahçesi oluşturarak böcek ilaçlarına olan güveni azaltmakla kalmadılar, aynı zamanda misafirler için hoş bir ambiyans da yaratmış oldular. Otelin farklı departmanlarında da daha doğa-dostu ürünler kullandılar. Örneğin, otel mutfağında ziyafet sofralarında yemekleri ılık tutacak bir ürün test ettiler. Bu ürünün özelliği yenilenebilir şeker kamışından üretilmiş olması ve geri dönüşümlü paketlerde satılmasıydı. Bu çalışmalarla birlikte bütün atık diye ayrılan ürünler, başka bir şekilde değerlendirilebilir mi diye kontrol edilip; personele o ürüne ihtiyacının olup olmadığı sorularak, kullanılabilirse yardım derneklerine bağışlanıp, hiçbir şekilde işe yaramazlarsa da geri dönüşüme ayrılıyorlardı. Benzer şekilde otel için kullanılacak temizlik maddeleri alınırken ise yerli malı olmasına ve ekolojik standartları karşılmasına dikkat ediliyordu.

FCW suyu ve elektriği tasarruflu kullanmaya da özen gösteriyordu. Bunun için Energuard isimli bir firma ile çalışarak, su ve elektrik tüketimi sürekli kontrol ediyordu. Florasan lambalar ile enerji kaybını önlemeyi tercih ederken misafirler istemedikçe üç günde bir çarşaf ve havluları değiştirerek su tasarrufu sağlıyordu. Bu uygulama ile 1 yıl içinde 125.000 dolar tasarruf eden FCW aynı zamanda suyu, elektriği, deterjanı korurken çarşaf ve havluların da ömrünü uzatmış oluyordu.

Buradan hareketle, FCW'nin sürdürülebilir turizm ile ilgili 10 yıllık bir geçmişi olmasına rağmen, FCW daha yeni ve etkili organizasyonlar yaparak bu konuda daha fazla gelişmek için çaba harcamaktadır. Öte yandan diğer turizm şirketlerine örnek olmak için beş öneride bulunmaktadır. Bunlar: küçük ama kararlı adımlar, ulaşılabilir hedefler, personel katılımı, organizasyonlarla ilgili hikayeler, vizyon, iletişim ve liderlik. Dolayısıyla çevresel düzenlemelerin yanı sıra sürdürülebilir turizm, sadece ekolojik çevreyi korumanın çok daha ötesinde, çevrenin sosyal ve kültürel sürdürülebilirliğine kadar uzanmaktadır. Girişimlerde bulunurken bölge halkı ve ziyaretçileri, çalışanlar ve diğer gruplar arasında sürekli ve güvenilebilir bir iletişim olmasına dikkat edilmeli ve bu süreçte aktif olarak rol alacak bölgesel kuruluşlar ve bölgede yaşayan gönüllüler ile iş birliği yapmak çevresel amaçlar ve sosyal sürdürülebilirlik açısından çok önemlidir.

B. Otel Örneği: Kimpton Hotels

Sürdürülebilir turizm ile ilgili yaptığı çalışmalarla dikkat çeken, otel işletmelerinden biri de 59 otel ve 64 restoranıyla faaliyette olan Kimpton Otelleridir. Kimpton otellerini incelediğimizde birçok ilke imza attıkları görülmektedir. 1995 yılında otellerinin birinde eko-kat uygulamasını başlatan ve tüm odalarında ücretsiz internet hizmeti sağlayan ilk butik otel olmuştur. 2005 yılında çevresel çabalarını tüm otellerinde uygulamaya başlamış, ekolojik sürdürülebilirliği ve sosyal sorumluluğu en üst seviyede tutan ‘‘Eartcare’’ programını tanıtmıştır. Eartcare programı Kimpton otellerinin kendileri tarafından oluşturulan, sürdürülebilirliği en üst seviyede yutan bir programdır. Kimpton otelleri, yeşil girişimleri sayesinde Kaliforniya Çevre Koruma Ajansı tarafından verilen 2007 yılı Valilik Çevresel ve Ekonomik Liderlik ödülünü kazanmışlardır. Şişe kullanımını azaltmak ve kurum içinde saf su kullanımını arttırmak için Natura ile işbirliği yapmışlar ve 2010 yılında bütün Kimpton otelleri ‘‘Green Seal’’ eko sertifikasını almaya hak kazanmıştır. Fortune dergisi tarafından her yıl yayınlanan çalışılacak en iyi 100 şirket listesi içinde ilk sıralarda yer almışlardır ve Yeşil Anahtar Eko- Değerlendirme Programı tarafından %100 sertifikalı olabilecek ilk otel olmuşlardır¹⁶⁴.

Buna ilaveten, karbon ayak izi farkındalığı yaratmak, yaptıkları değişiklikler ile karbon ayak izi oranını düşürmek ve dünyayı daha yaşanılır hale getirmek Kimpton otellerinin hedefleri arasındadır. Sürdürülebilirlik kapsamında yüz kırkın üzerinde faaliyette bulunmakta ve böylece her bir otelinin çevreye verdiği zararları en aza indirmektedirler. Bu bağlamda Kimpton otellerinin yapmış olduğu faaliyetler detaylı olarak aşağıdaki tabloda belirtilmektedir¹⁶⁵:

¹⁶⁴ Kimpton Firsts&Recent Highlights, <https://www.kimptonhotels.com/about-us/kimpton-firsts.aspx>. (Erişim Tarihi: 11.05.2014).

¹⁶⁵ Pamela Lanier (2013), *Sustainable Tourism: A Small Handbook for Success*, Sonoma, California: Publishing EcoGo.org., s. 10.

Tablo 2.6: Kimpton Otellerin Sürdürülebilir Turizme Yönelik Tutumları

Şirket, otel ve restoran yazıcılarında geri dönüştürülmüş kağıt kullanmak
Şirket ve otel yazıcılarında soya bazlı mürekkepler kullanmak
Ofis ürünlerini alırken ekolojik sorumluluğa ve sürdürülebilirliğe önem veren firmaları tercih etmek
Otelin yıllık raporlarını mail yoluyla yayımlamak, sadece istek üzerine çıktı olarak almak
Dokümanları yasal mercilere mail ortamında göndermek, eğer çıktı alınmak istenirse iki taraflı almak
Otelin kapı kartları üretiminde çevre dostu materyaller kullanmak (Kartlar %30'u kullanıldıktan sonra geri dönüşümle işlem görüp başka ürün için kullanılan plastiklerden üretiliyor)
Tüm fitness zeminlerini geri dönüşümlü kauçuktan yapılmasına özen göstermek
Havlu ve çarşafların Oeko-Text 100 standardına sahip ürünlerden oluşmasına dikkat etmek
Sürdürülebilirlikle ilgili personeli eğitici video ve tabelalara personel alanlarında yer vermek
Çevre dostu toplantılar düzenlemek
Ekolojik sorumluluk kapsamında tüm çalışanlara haftalık duyuru, ipucu ve bilgiler dağıtmak

Kaynak: Lanier, s. 10.

Tablo 2.7 incelendiğinde Kimpton otellerinin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının oldukça uygulanabilir faaliyetler olduğu açıktır. Kâğıt kullanımından personel eğitimine kadar geniş çaplı uygulamaları diğer otellere örnek olabilecek niteliktedir.

Kimpton otellerinin sürdürülebilir turizmi destekleyici Hotel Eartcare standartları incelendiğinde ise kâğıt, su, enerji, atık yönetimi, toksinler, organik ürün ve davranışlar olarak yedi alanda standartlar belirledikleri görülmektedir. Kimpton otelleri tüm çıktı alma işlemlerinde geri dönüşümle işlem görmüş kâğıtlar kullanarak, çıktılarını çift taraflı olarak alarak ve misafir çıkış işlemlerinde sadece misafirler istediği takdirde zarf kullanarak kâğıt israfını önlemeye çalışmıştır. Su tasarruflu duş başlıkları, musluk ve tuvalet sistemleri kullanarak su kullanımını azaltmışlardır. Otelin arka alanlarında enerji tasarruflu T8 ve T5 floresan lambaları kullanmışlardır. Bütün tabelalarda, işaretlerde LED ışık ve bütün misafir odalarında CFL ışık kullanmışlardır. Atık yönetimine yönelik standartlarında ise tüm odalarında geri dönüşüm kutuları kullanılmış ve bunu uygulayan ilk otel olmuşlardır. Otel genelinde geri dönüşümlü kâğıtlar, camlar, kartonlar, plastikler, piller, cep telefonları vb. ürünlerin geri dönüşümleri sağlanmaktadır. Kısmen kullanılan şampuan ve saç kremleri yerel yardım kurumlarına bağışlanmakta, çarşaf ve havlularını da yine aynı şekilde atmak yerine bağışlanmaktadır. Yıkabilir ve yeniden kullanılabilir bardak

kullanımına özen göstermekte, havlu ve çarşaf kullanımı seçeneklerini gerekli ekolojik işaretler ve tanıtımlarla azaltmaktadırlar. Toksinlere gelince misafir odalarında kullanılan sabun, şampuan ve saç kremleri doğal içerikli ve çevre dostu tedarikçilerden sağlanmaktadır. Son olarak, misafir odalarında ve yiyecek içecek hizmeti veren bölümlerde organik kahve ve çay, organik yiyecek ürünler kullanılmaktadır¹⁶⁶.

Kimpton otellerinin sürdürülebilir turizm kapsamında gerek ilkleri gerekse Eartcare programı, diğer oteller için iyi bir örnek teşkil etmektedir. Çevresel uygulamalarının yanı sıra işletmelerinde yerel ürünleri kullanması, tedarik zincirinde çevre dostu yaklaşımları, ayrımcılığa karşı olmaları ve insan haklarına önem vermeleri bu otelleri sosyo kültürel, ekonomik ve çevresel yönden sürdürülebilir kılmaktadır.

C. Ülke Örneği: Kıbrıs Agroturizm Projesi

Teknolojik, ekonomik ve sosyal değişimler uluslararası seyahatleri etkileyen en önemli faktörlerdendir. Bu değişimler seyahatlerin sayısal bakımdan artmasında etkili olduğu gibi nitelik bakımından da farklılıklar yaratmıştır. Sanayileşme ve kentleşme süreci içinde insan-doğa ilişkisi azalmış ve insanların kentlerdeki yaşam koşullarından uzaklaşma isteği “Doğaya Dönüş” sürecini başlatmıştır¹⁶⁷.

Bilinçli kentlilerin köylere göç ederek veya köylülerin bilinçlendirilerek kırsal alanlarda Agroturizm faaliyetlerine yön vermesi bu alandaki gelişmelerin arttığını göstermektedir. Agro (Çitlik) turizminin taşıdığı anlam; kırsal turizm tanımına uygun bir şekilde kent insanının aradığı huzuru kırsal bir ortamda anlamlı ve otantik bir şekilde bulmasını hedefleyen turizm olarak tanımlanabilir¹⁶⁸. Bu bağlamda sürdürülebilir turizme yönelik projelerin önemli bir örneği Kıbrıs’ın kırsal bölgelerine yönelik Kıbrıs Turizm Örgütü (CTO) tarafından yürütülen Kıbrıs Agro Turizm Projesi’dir¹⁶⁹.

¹⁶⁶ Lanier, ss. 11-14.

¹⁶⁷ Ahıpaşaoğlu ve Çeltek, s. 1.

¹⁶⁸ Gelecek Turizmde, <http://www.gelecekturizmde.com/word/ciftlik-agro-turizm/>. (Erişim Tarihi: 12.05.2014)

¹⁶⁹ UNWTO (2001), *Sustainable Development of Ecotourism: A Compilation of Good Practices*, Spain: UNWTO Publishing, ss. 95-97.

1. Proje Kapsamı

Kıbrıs'ın kırsal bölgelerinde Agroturizm (çiftlik turizmi) adı altında bir proje başlatılmıştır. Bu proje, kırsal bölgelerde geleneksel evlerin yenilenmesini ve bu evlerin turistik konaklama merkezlerine dönüştürülmesini, gelen misafirlere geleneksel yemekler sunmayı, yöreye özgü el sanatları ve sergi alanlarının kurulmasını kapsamaktadır. Bu projeye yönelik mali teşvik planı, sivil çalışma projesi, sınıflandırma ve lisanslama, organizasyon ve pazarlama, eğitim ve farkındalık, yeşil aktivitelere yönelik fırsat ve imkanlar olmak üzere altı eylem alanı oluşturulmuştur. 10 yıldan fazla olmak üzere 30 kırsal alandaki 53 geleneksel ev restore edilmiştir.

Bu bağlamda, Kıbrıs Agroturizm Programı tarafından 1991 yılında uygulanmaya başlanmış ve geliştirilmiştir. Bu proje muti-disipliner bir yaklaşım çerçevesinde kırsal alandaki yerleşim yerlerinin canlandırılmasını amaçlamaktadır. Bu projeyi başlatmak için CTO, hükümetin diğer kesimleri, köy idaresi, planlayıcılar, mimarlar, gurbetçi dernekler, köy evleri sahipleri ve girişimcilerle birlikte hareket etmişlerdir.

2. Hedef ve Stratejiler

Kıbrıs Agroturizm Programının, proje kapsamında başarmak istediği hedefler şunlardır:

- Kırsal toplulukların ekonomik ve sosyal alanda canlandırılması,
- Turizmden sağlanan ekonomik faydanın eşit bir şekilde dağılımı,
- Turistik ürünün çeşitlendirilmesi,
- Misafirlere eşsiz çok boyutlu bir Kıbrıs deneyimi yaşatmak,
- Doğal ve kültürel yapının ve çevrenin korunması.

3. Proje Finansmanı ve Fonlar

CTO'nun 50 köyde yerel proje kapsamındaki 1.5 milyon dolarlık yatırımı muazzam bir ilgi yaratmıştır ve bu projeye ek köy ve ilçelerle devam edilmiştir. Mali teşvik planı kapsamında geleneksel köy evlerinin yenilenmesi ve tadilatı için

sübvansiyonlu kredi faiz oranları ve Agroturizm girişimcilerinin ve diğer paydaşların eğitimi için CTO tarafından yönetilen yerel fonlar sağlanmış, bununla birlikte mesleki eğitim seminerlerine katılım giderlerinin bir kısmı Avrupa Birliği Leonardo da Vinci proje fonları tarafından finanse edilmiştir.

4. Projenin Sürdürülebilir Boyutu

a) Doğal alanların korunmasına katkı sağlamak: Agroturizm programı kırsal bölgelerdeki doğal çevrenin, doğal yolların ve parkların, yöreye özgü flora ve faunanın korunmasına katkı sağlamıştır. Yöresel mimari ile yenilenmiş seçkin evlerin hizmete açılması, otantik çevre ve binaların yapısındaki uyum ile sürdürülebilir kalkınmayı desteklemektedir.

b) Doğal alanların yönetiminde koruma örgütleri ve yetkililer için proje aracılığıyla ekonomik fayda oluşturmak: 50 Agroturizm köyü, köy meydanlarının yenilenmesi, tarihi binalar, kaldırımlı yollar ve doğal yolların oluşturulması ile canlandırılmıştır. Bunun için 52 geleneksel evin konaklama tesisine dönüştürülme sırasındaki tadilatı ve yenilenmesi için 4 milyon dolar özel fon sağlandığı gibi hükümet, koruma ve iyileştirme çalışmalarına sponsor olarak, 2 milyon dolar katkı sağlamıştır.

c) Toplum katılımı ve faydaları: Agroturizm kapsamında evlerin kiralanması, yerel olarak üretilen malların satılması hem ekonomik fayda sağlamakta hem de yeni iş fırsatları yaratmaktadır. Yerel halk, yüksek standartta ve daha kaliteli köy yaşamından memnun kaldığı gibi turistlerle olan iletişimleri sonucu çok yönlü bir kültürel deneyim yaşamaktadırlar.

d) Eğitimsel özellikler: Ekoturizm girişimcileri, Agroturizm kapsamındaki eğitim seminerlerinde, kültürel etkinliklerin organizasyonlarında yer almışlardır. Özel turist rehberleri ve eko turizm hizmet sağlayıcıları ve geleneksel ev sahipleri, ziyaretçilere kültürel ve doğal mirası anlatmak için profesyonel olarak eğitilmişlerdir.

e) Çevresel düzenlemeler, ekoturizm aktiviteleri ve hizmetler: Geleneksel evlerin yenilenmesi aşamasında yerel mimari tasarıma bağlı kalmak ve otantik mimarinin korunması için gerekli yapı malzemeleri kullanılması gibi sıkı kurallara uyulması gerekmektedir. CTO konuyla ilgili gerekli kılavuzlar yayınlamıştır.

Bununla birlikte güneş enerjisi kullanımı ve suyun korunması teşvik edilmiş ve finansal olarak desteklenmiştir.

5. Projenin Sonuçları

Kıbrıs Agroturizm Projesinin sonuçları incelendiğinde başarılı sayılabilecek hususlar şunlardır:

- Kıbrıs'ın kırsal köylerindeki doğal, kültürel ve çevresel değer korunmuştur.
- Kıbrıs'ın kırsal bölgeleri doğa turizmine açılmıştır.
- Özel ilgi misafirleri sınıflandırılarak bu misafirler bölgeye çekilmiştir.
- Turizmin tekrar canlanması sağlanmış ve yüksek doluluk oranları elde edilmiştir.
- Mevsimsel problemlerle mücadele edilerek Agroturizm sayesinde mevsimsellik sorunu ortadan kalkmıştır.
- Özellikle kadınlar için kırsal köylerde istihdam yaratılmıştır.
- Sosyo ekonomik canlandırma sağlanmış, çiftçiler için gelir yaratılmış ve böylece kentleşme eğilimi tersine çevrilmiştir.
- Proje, 1998'de The British Airways Tourism for Tomorrow Ödülünü almaya hak kazanmıştır.

6. Yararlar ve Değerlendirme

Kıbrıs Agroturizm Projesinin temel başarı faktörleri kapsamında genel değerlendirilmesi yapıldığında öncelikle eko turizm pazarının ihtiyaçları belirlenmiştir. Bölgenin karakter özelliklerini yansıtan bölgeye özgü ürünlerin geliştirilmesi ve pazarlanmasına olanak sağlamış, uygun plan ve yönetim ile kültürel ve çevresel sürdürülebilirlik sağlanmıştır. Tüm paydaşların eğitim ve öğretim yatırımları fonlar yardımıyla sağlanmış ve özel ilgi aktiviteleri zenginleştirilerek çok boyutlu deneyimler misafirlere sunulmuştur. Gelecek planlarda ise adanın tarihi kültürel ve doğal mirasının ve zenginliklerinin korunması için eko etiket sistemlerinin geliştirilmesi önerilmektedir.

7. Faaliyetleri Denetlemek

CTO Agro turizm programından uzun süreli bir başarı elde etmek için, yapılan tüm faaliyetleri denetlemeyi üstlenmiştir. Bu denetlemeler yapılırken şu hususlara dikkat edilmiştir:

- Hukuk kurallarına aykırı işlem yapmamak için sınıflandırma standartları ve lisanslama yapılırken Agroturizm programları düzenli olarak denetlenmiştir.
- Kırsal alanların doğal ve kültürel dengesindeki bozulmaları önlemek için agroturizm büyümesi kontrol altında tutulmuş ve taşıma kapasitesi açısından önlemler alınmıştır.
- Sorun giderme ve geri besleme için kırsal alandaki yetkililer ile toplantılar düzenlenmiştir.
- Programla ilgilenen köy sakinlerine rehberlik ve danışmanlık yapmaya devam edilmiştir.
- Agroturizm kapsamında, miras turizmi ve çevresel farkındalık üzerine seminerler verilmiştir.
- Kıbrıs Agroturizm kampanyası üyeleri, turistler ve diğer Agroturizm paydaşlarından geri dönüşümler alınmış ve değerlendirilmiştir.

D. Diğer Örnekler

Yukarıdaki örneklerden de anlaşılacağı üzere sürdürülebilir turizme yönelik birçok farklı uygulamalardan bahsetmek mümkündür. Otel ve bölge örneğinden sonra bir diğer örnek de Calvia Örneği'dir. Batı Akdeniz'de İspanya'nın özerk bölgesi olan Balear Takımadaları'na ait bir belediye olan Calvia, Akdeniz sahilinde yer alan en popüler destinasyonlardan biriydi. Şehri her sene yaklaşık 1.6 milyon turist ziyaret ederken bu hızlı büyüme Calvia'yı, Avrupa'nın kişi başına düşen gelir düzeyi en yüksek bölgelerinden biri haline getirmiştir. Bu hızlı büyüme ile birlikte kalabalık sezonlar, tahrip edilmiş doğal alanlar ve standart bir tatil kavramına bağlı kalınması Calvia'nın bir tatil beldesi olarak çekiciliğini kaybetmesine neden olmuştur. Bu durumu tersine çevirmek için sürdürülebilir turizm uygulamaları

yürürlüğe konulmuştur. Bu bağlamda turizmde sürdürülebilirliğin önem ve gerekliliğine yönelik bilincin arttırılması, tarihsel, kültürel ve doğal mirasın korunması, büyüme yerine sürdürülebilir kalite anlayışının benimsenmesi, ulaşımın alt yapısının iyileştirilmesi ve toplu taşımanın teşvik edilmesi gibi çok yönlü bir eylem planı oluşturulmuştur. Belirlenen eylem planı ışığında ortaya konulan politikaların uygulanması sonucu, elde edilen veriler turizmde sürdürülebilirliğin önemini yansıtmaktadır¹⁷⁰.

Diğer bir örnek ise Ramada Otelleri ve American Express kredi kartları kuruluşunun işbirliği ile 1990 yılında başlatılan bir uygulamadır. Bu uygulama ile 40 ülkedeki Ramada Otellerinde American Express kredi kartı ile ödenmiş her faturadan bir dolar kesilmesi ve bu paranın da Doğayı Koruma Teşkilatı'na bağışlanması, toplanan fonların da Asya-Pasifik ülkelerindeki Doğa Koruma Programlarını yaygınlaştırmak amacı ile kullanılması öngörülmektedir¹⁷¹.

Sürdürülebilir turizm ile ilgili örnekleri incelediğimizde uygulaması yapılan plan ve projelerin bazen mikro bazen de makro düzeyde olduğu görülmektedir. Uygulanan proje ve planlar ne kadar farklı olursa olsun, hepsinde temel amaç aynıdır. Bu amaç, doğada kıt olarak bulunan kaynak ve değerlerin korunup geliştirilmesi ve aynı zamanda bu kaynakların gelecek nesillere aktarılmasıdır. Bunun yanı sıra insanlara daha fazla refah sağlayacak bir kalkınmayı gerçekleştirmek ise diğer bir nihai amaçtır.

¹⁷⁰ TUSİAD, ss. 46-47.

¹⁷¹ Kaya, s. 102.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM VE TURİZM TALEBİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Bu bölümde teorik kısmı birinci ve ikinci bölümlerde verilen araştırmanın amacına, önemine, yöntemine, kapsam ve sınırlılıklarına yönelik bilgilere yer verilecektir. Araştırmanın kapsamı ve sınırlılığı başlığı altında ise, anket formlarının, pilot uygulamanın, veri toplamanın, bölge ve örneklem büyüklüğünün seçiminin nasıl yapıldığı ayrıntılı olarak açıklanacaktır. Ardından anket yöntemi ile elde edilen verilerin analizi yapılacaktır. Veri analizinde ankete katılan deneklerin demografik ve tatile özgü özellikleri özetlendikten sonra, elde edilen bulgular frekans ve faktör analizi ile değerlendirilecektir. Son olarak literatüre katkılar açıklandıktan sonra çalışmanın sonuçları özetlenecektir.

I. Araştırmanın Amacı ve Önemi

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 sektör olmakla birlikte giderek büyüyen bir endüstridir. 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 alandır¹⁷².

Bunun yanı sıra, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, turizm, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen sektörlerden biri haline gelmiştir. Çoğu zaman bölgesel ve ulusal kalkınmada bir araç olarak kullanılan turizm, gelir, iş ve vergi gelirlerinin oluşturulmasında rol oynayan önemli bir faktör olarak yerini almıştır¹⁷³. Benzer şekilde günümüzde iletişim ve bilgi kavramlarından sonra 21. yüzyıla

¹⁷² Bahar (2004), s. 98.

¹⁷³ Ali Çımat ve Ozan Bahar (2003), “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* 6, s. 2.

damgasını vuran, dünyanın üç temel hizmet sektöründen biri olan ve her geçen gün gelişme gösteren turizm, sayısız krize meydan okumaktadır. Şöyleki 2008 yılında başlayan ABD kaynaklı Mortgage krizi sonuçlarını küresel ekonominin diğer alanları ile karşılaştırdığımızda turizm sektöründeki olumsuz yansımaların nispeten daha az olduğu görülmektedir. Küresel, finansal ve ekonomik krizlere rağmen insanlar hala seyahat etmektedir. Dolayısıyla turizm sektörünün negatif dış etkenlerden daha az etkilendiğini söylemek mümkündür¹⁷⁴.

Buradan hareketle turizmin Türkiye'nin GSMH'sı içindeki payı 2013 yılında %4.2, ihracat geliri içindeki payı aynı yıl için %21.2, dış ticaret açığını kapama payı ise %34 olarak gerçekleşmiştir. Ayrıca turizm sektörü 2013 yılı itibari ile Türkiye genelinde 1.298 kişiye istihdam yaratmaktadır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyinin (WTTC) raporuna göre ise, Türkiye'de 2023 yılında seyahat ve turizm sektörünün Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH)'ya doğrudan katkısının 84.3 milyar liraya, istihdamın ise 2 milyon 467 bin kişiye ulaşması beklenmektedir. Ancak bu beklentilerin gerçekleşmesi, ülkenin sahip olduğu arz kaynaklarının korunmasına ve devamlılığının sağlanmasına bağlıdır¹⁷⁵.

Böylece, sürdürülebilir turizm, 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. Ancak, sürdürülebilir turizm tartışmalarında, talep konusu genellikle göz ardı edilmiştir. Turizm kalkınması hem talebe dayalı hem de arz tarafından yönlendirilen bir olgudur. Yeni turizm tesislerinin faaliyete geçirilmesi ve hizmetlerinin sunulması artan talebe karşılık vermek veya turizm talebini canlandırmak amacıyla ortaya çıkmaktadır. İlk itici güç ne olursa olsun, uzun dönemli başarılı bir kalkınma, kapsam, kalite, fiyat ve miktar açısından arz ve talep dengesini gerektirmektedir. Dolayısıyla, talep yönetimi kaynakların sürdürülebilirliğinin sağlanması açısından oldukça önemlidir. Örneğin pazarlama açısından sadece kentsel ve sahil kenarlarına inşa edilmiş alanlar değil

¹⁷⁴ITB World Travel Trends Report (2012), Berlin: Messe Publishing, s.5; Ozan Bahar ve Ö. Balmumcu, "2008 Küresel Mali Krizinin Turizm Sektörüne Yansımaları", I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, **I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı**, Ankara: Detay Yayıncılık, 27-30 Mayıs 2010, Nevşehir: 894-909.

¹⁷⁵TURSAB, İstatistikler, <http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler>. (Erişim Tarihi: 19.5.2014); www.aktob.org.tr/pdf/AKTOB.Turizm.Verileri.pdf. (Erişim Tarihi: 19.05.2014).

taşıma kapasitesi dikkate alınarak kırılğan vahşi alanlar, doğal parklar ve kültürel miras alanları da değerlendirilmelidir¹⁷⁶.

Bu bilgiler ışığında, Muğla günümüzde sahip olduğu arz özelliklerinden dolayı turizmin gelişmeye başlaması ile birlikte turizm destinasyonlarının gözde merkezlerinden biri haline gelmiştir. 2013 yılında ülkeyi 34.9 milyon kişi ziyaret etmiş, en çok giriş yaptıkları sınır kapılarının bağlı olduğu iller sıralamasında Muğla %8,72 oranla ve 3 milyon yabancı ziyaretçi sayısı ile en çok turistin geldiği üçüncü il olmuştur. Geçmiş yıllara bakıldığında da Muğla en çok ziyaret edilen iller sıralamasındaki yerini korumuştur.

Dolayısıyla yapılacak olan bu çalışmanın amacı, Muğla iline gelen yabancı ziyaretçilerin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının ölçülmesi ve sonuçta sürdürülebilir turizmin konaklama ve destinasyon seçiminde talebi ne düzeyde etkilediğinin belirlenmesidir. Böylece sürdürülebilir turizm talebinin tahmin edilmesi çok büyük yatırımlar gerektiren turizm projelerinin gelecekteki pazara ve pazar yapısına uyumlu, rekabet edilebilir düzeyde planlanmasına fayda sağlayacaktır. Diğer bir deyişle, bölgedeki turistik arz kaynaklarının çevreye duyarlılığını göz önünde bulundurarak talebe uygun hale getirilmesi, planlama çalışmaları açısından da hem kamu ve hem de özel sektör temsilcilerine yol gösterici olması hedeflenmektedir.

Buna ilaveten sürdürülebilir turizm ve turizm talebi konusunda hem dünya genelinde ve hem de Türkiye’de çalışma sayısının oldukça az olduğu görülmektedir. Özellikle Türkiye’de bu konuda daha önceden yapılmış bir araştırmanın olmaması bu konu için hem bir kısıt ve hem de bir orijinalliktir. Çalışmanın Türkiye için bir ilk olması bu araştırmanın literatüre en büyük katkısıdır. Ayrıca daha sonraki çalışmalara kaynak teşkil edebilecek nitelikte olması bir diğer amaçtır. Sürdürülebilir turizmin yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte bilinçlenen misafirler, tatil seçimini, gittiği destinasyonun ve konaklama işletmesinin bu konuda ne kadar duyarlı olduğunu araştırarak yapmaya başlamıştır. Sürdürülebilir turizm uygulamalarının turizm talebi üzerine etkisinin belirlenmesi sonucunda çalışma, tur operatörleri,

¹⁷⁶ Zhenhua Liu (2013), “Sustainable Tourism Development: A Critique”, *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6), ss. 462-472.

otelticiler, sektör temsilcileri, kamu otoriteleri ve diğer firmalar için yol gösterici olacaktır.

II. Araştırmanın Yöntemi

Genel olarak araştırmanın yöntemi denildiği zaman, uygulamalı bir araştırmada gerçeğe ulaşmak ve bilimsel anlamda bilgi üretmek için izlenen yol ya da süreç akla gelmektedir. Bundan dolayı; araştırmanın belki de en önemli noktası yöntem konusudur. Çünkü araştırmacı seçeceği ya da belirleyeceği yöntem ile araştırmasına bir yön ve şekil vererek, elde ettiği verileri buna uygun analiz etme şansına sahip olacaktır¹⁷⁷.

Literatüre bakıldığında ziyaretçi anketleri en çok kullanılan yöntemlerdendir. Bu ziyaretçi anketleri (1) ziyaretçilerin günlük tutması istenerek, (2) ziyaret ettikleri ülkeden çıkış yapmadan önce dağıtılarak ya da (3) tatil sonrasında evlerine gönderilerek elde edilmektedir¹⁷⁸. Diğer toplama yöntemleri ise anket kağıtlarının doğrudan ziyaretçilere verilmesi (yol kesip durdurularak yapılan anket), röportaj formu veya elektronik ankettir. Online olarak yapılan anketlerin uygulaması her ne kadar daha kolay olsa da diğer anket türlerine göre daha az güvenilirdir. Çünkü ziyaretçilerle birebir yapılan anketler, verilen sorulara anında cevap vermeye imkan tanır ve gerçek ziyaretçilerin deneyimleri ve görüşleri hakkında daha çok şey anlatır.

Buradan hareketle, anket uygulamasının avantaj ve dezavantajları olduğunu söylemek mümkündür. Anketlerin kısa olması, hızlı tamamlama süresi, çeşitli yerlerde yapılabilir oluşu ve cevapların daha kolay tablollaştırılması avantajlar arasında sayılmaktadır. Buna karşın istenildiğinden daha az soru içermek zorunda olması, ziyaretçilerin anketin tamamını doldurması için teşvik edilmesi, cevapların yorumlanmasında tutarlılığı sağlamak için büyük bir açıklıkla kaleme alınması gerekliliği, verilerin girişi, anket süreci ve kodlamaların masraflı olması dezavantaj olarak görülebilir. Bu bağlamda anketlerin daha kolay uygulanabilmesi ve ciddiye

¹⁷⁷ Bahar (2004), ss. 102-103.

¹⁷⁸ Fehime Korkmaz Bingöl (2011), "Turist Harcamalarını Etkileyen Faktörler: Muğla Örneği", **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Muğla Üniversitesi S.B.E., s. 80.

alınması için anketi cevaplayan misafirlere indirim kuponları veya sponsorluk kapsamında küçük hediyeler verilebilir¹⁷⁹.

“Sürdürülebilir Turizmin Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği” isimli bu çalışmada araştırma yöntemi olarak ziyaretçi anketi kullanılmıştır. Söz konusu çalışma kapsamında yüksek geri dönüş oranı hedeflendiği için, Dalaman Havalimanında çıkış yapan yabancı ziyaretçilere, Muğla bölgesinin en önemli çekim merkezleri olan, Marmaris, Bodrum, Fethiye, Ortaca, Köyceğiz ilçelerinde ve Muğla bölgesinde sürdürülebilirliğe önem veren bazı otellerde yabancı misafirlere anket uygulanmıştır. Daha sonra verilerin ayıklanıp bilgisayara girilmesinin ardından SPSS 21.1 programı kullanılarak, sürdürülebilir turizm talebini etkilediği düşünülen faktörlerin analizi yapılmış, anket sonuçlarının frekans dağılımları hesaplanmış ve faktör analizi yapılmıştır.

III. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Sürdürülebilir turizm uygulamalarının turizm talebi üzerine etkisini inceleyen bu çalışma, Muğla bölgesini kapsamaktadır. Türkiye'nin en uzun kıyısına sahip olan Muğla (1124 km'lik sahil şeridi); bozulmamış çevresi, tertemiz koyları, bitki örtüsü, flora ve faunası, kültürel ve tarihi zenginlikleri ile yerli ve yabancı birçok turist için çekici bir destinasyondur. Çalışmanın sadece Muğla bölgesi ile sınırlandırılması araştırmanın ilk kısıtını oluşturmaktadır. Çünkü söz konusu çalışmanın maddi olanaklar, zaman ve personel açısından Türkiye genelini kapsamaya güç olacağından, araştırmaya veri teşkil edecek örneklem büyüklüğü için Muğla bölgesi seçilmiştir¹⁸⁰.

Yapılan anket çalışmasının sadece yabancı turistleri kapsamaya, yabancı turistlere yapılacak anketin ise sadece İngilizce olarak hazırlanması ve uygulanması araştırmanın bir başka kısıtıdır. Ancak İngilizcenin birçok ulus tarafından bilinen, kullanılan bir dil olması, anketin yapılacağı turistlerin ulusları konusunda herhangi bir kısıtlama oluşturmamaktadır.

Anket çalışması Dalaman Havalimanı'nda her milliyetten uçuşların olduğu Cumartesi ve Pazartesi günleri yapılmıştır. Bununla birlikte Muğla'nın Dalaman,

¹⁷⁹ Susan M. Guyette (2013), *Sustainable Cultural Tourism Small-Scale Solutions*, Printing: Createspace, USA, ss. 110-115.

¹⁸⁰ Bahar (2004), s. 104.

Köyceğiz, Dalyan, Sarıgerme, Fethiye, Bodrum gibi turistik çekim merkezlerinde 15 Nisan-1 Haziran 2014 tarihleri arasında da anket uygulanmıştır. Benzer şekilde bir önceki paragrafta belirtildiği üzere Muğla bölgesinde sürdürülebilirliğe önem veren otellerde konaklayan misafirlere anket yapılmak istenmiş ancak sadece İberotel Sarıgerme Park izin vermiş, diğer oteller misafirlerine anket uygulamaya izin vermediği için sadece tek bir otel ile kısıtlanmıştır. Diğer bir deyişle sektörün anket uygulamaya karşı göstermiş olduğu negatif tutum istenilen otellerden veri elde edilememesine neden olmuştur. Daha önce dünya genelinde bir veya iki, Türkiye’de ise yapılmış herhangi bir çalışmanın olmaması araştırmancının bir başka kısıtını oluşturmaktadır. Çalışmanın bir diğer kısıtı da, çalışmanın yapıldığı süre itibari ile yalnızca Nisan ve Mayıs dönemini kapsamaktadır. 12 aya yayılacak bir anket çalışması ile sürdürülebilir turizme olan talep, bundan sonra yapılacak çalışmalarla daha detaylı ve farklı açılardan incelenebilir.

A. Anket Formlarının Hazırlanması

Konu ile ilgili yerli ve yabancı literatür taraması yapıldıktan sonra, Bahar’ın (2004) anket taslağı ve Brau’nun (2008) anket çalışması baz alınarak yabancı turist anketi geliştirilmiştir. Söz konusu anket üç bölümden oluşmaktadır: (1) Sürdürülebilir turizm talebi, (2) Türkiye’deki tatiliniz ve kişisel bilgiler, (3) Söylemek istedikleriniz.

Yabancı turist anketi; toplam on dokuz sorudan ve iki sayfadan oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde turizm talebi düzeyinin, sürdürülebilir turizm ile bağlantılı değişik faktörlerle likert ölçeğine (Çok önemli (5)’den, ne önemli ne önemsiz (1)’e doğru) göre kıyaslanması istenmiştir. Benzer şekilde dört farklı sorunun yine likert ölçeğine göre (Kesinlikle katılmıyorum’dan kesinlikle katılıyorum’a doğru) kıyaslanması istenmiştir.

İkinci bölümde ise, yabancı turistlere Türkiye’deki tatilleri ve kişisel bilgilerine ilişkin sorular sorulmaktadır. Bunlar, ulusunu, yaşını, mesleğini, gelirini, eğitim durumunu, tatil süresini, medeni durumunu, konaklama tipini, tatile kiminle geldiğini, rezervasyon aşamasında bilgi almak için sosyal medyayı kullanıp kullanmadığını belirlemeye yönelik sorulardır. Son bölümde ise turiste açık uçlu bir

soru yöneltilecek, sürdürülebilir turizm ve talep hakkındaki düşünce ve önerileri aynı zamanda belirtmek istedikleri noktaların neler olduğu, öğrenilmeye çalışılmıştır.

B. Pilot Uygulama

Büyük emekler sonucu hazırlanan anket sorularının hedef kitle tarafından algılanma düzeyi, soruların anlaşılabilirliği, doğru yanıt verilip verilmediğinin kontrolü, cevaplanma süresi, kelimelerde anlaşılmayan bir durumun olup olmadığının test edilmesi anketlerle ilgili küçük ölçekli bir pilot uygulamanın yapılmasını gerektirmektedir. Böylelikle çalışmanın güvenilirliğinden ve doğruluğundan emin olunarak bir sonraki aşamaya rahatlıkla geçilmesi sağlanacaktır¹⁸¹.

Çalışmanın pilot uygulaması Nisan ayının ikinci haftası Köyceğiz ilçesinde yapılmıştır. Pilot uygulama kapsamında toplam 50 adet anket yapılmıştır. Pilot uygulama sonuçları, anketlerle ilgili sürenin uzun sürdüğünü ve belli bir süreden sonra yabancı turistlerin isteksiz cevap verdiklerini ortaya koymuştur. Yapılan düzeltmelerle soru sayısı azaltılmış ve soruların rahatlıkla cevaplandırıldığı, açık ve anlaşılır olduğu gözlenmiştir. Böylece anket sorularına son şekli verilmiş ve gerekli sayıda çoğaltılarak basım işlemleri tamamlanmıştır.

C. Veri Toplama

Anket çalışmasının bir kısmı Dalaman Havalimanı'nda yapılacağı için Muğla Valiliği'nden alınan izin ardından Dalaman Mülki İdare Amirinden izin alınması ile 15 Nisan-1 Haziran tarihleri arasında başarılı bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Veri toplama işlemine yabancı dil düzeyi çok iyi olan bir anketör ve tez sahibi araştırmacı katılmıştır. Anketler yabancı ülkelere gelen, pasaport kontrolünü geçen ve tesadüfî örneklem kontrolüne göre seçilen turistlere, uçağa binmeden önceki 1-1,5 saatlik boş zaman diliminde elden dağıtılmış ve tekrar elden toplanmıştır.

Benzer şekilde sürdürülebilir turizme önem veren ve bu bağlamda birçok çalışması ve ödülü bulunan İberotel Sarıgerme Park konaklama tesisinin çevre ile ilgilenen teknik müdürü ile iletişime geçilmiş, genel müdürden izin alındıktan sonra

¹⁸¹ Bahar (2004), s. 111.

anketler otele elden teslim edilmiştir. Misafir ilişkileri departmanı aracılığı ile otelde konaklayan ve gönüllü olan misafirlere anket uygulanmış ve daha sonra elden alınmıştır. Bununla birlikte Muğla'nın Dalaman, Köyceğiz, Dalyan, Sarıgerme, Fethiye, Bodrum gibi turistik çekim merkezlerinde de anket uygulanmıştır. Anketler son yıllarda Muğla'ya en çok turist gönderen beş ülke (Bkz. Tablo 3.1) içinden özellikle İngiliz, Alman, Fransız ve Hollandalı turistlere uygulanmıştır.

Tablo 3.1: Muğla İline Gelen Yabancı Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımı (2010-2013)

Milliyet	2011	2012	2013	Ortalama
İngiltere	1.466.096	1.352.128	1.337.045	1.385.08
Hollanda	236.705	275.540	275.234	262.49
Rusya	182.791	195.067	229.407	202.42
Almanya	183.859	207.633	208.330	199.94
Fransa	154.743	128.032	132.934	138.56
Diğer	959.23	974.07	949.520	960.940
TOPLAM	3.183.424	3.132.475	3.222.315	3.179.40

Kaynak: <http://www.muglakulturizm.gov.tr/TR,73714/2012.html>'den yararlanılarak yazar tarafından derlenmiştir (Erişim Tarihi: 15.07.2014).

D. Bölge ve Örneklem Büyüklüğünün Seçimi

Anket çalışmasında bölge olarak Muğla seçilmiştir. Bir çok turistik destinasyona sahip olan Türkiye'de zaman, bütçe ve maliyet kısıtı gibi nedenlerden dolayı diğer iller çalışmaya dahil edilmemiştir. En çok ziyaret edilen bölge sıralamasında İstanbul ve Antalya'dan sonra gelen Muğla, tarihi, doğal ve kültürel güzellikleri, mavi bayraklı plajları, turistik altyapısı ve arz kaynakları ile çok önemli bir destinasyon konumundadır. En çok ziyaret edilen üçüncü il konumunda olan Muğla anket uygulanacak bölge olarak uygun görülmüştür.

Buradan hareketle, bir araştırmada ilgili alan içinde bilgi alınabilecek ya da fikir edinilebilecek her insan ya da varlığın oluşturduğu topluluk evren olarak adlandırılır. Evren içindeki her denek ya da birey örnek olarak nitelendirilirken, evren içindeki tüm evreni temsil edebilecek nitelikteki örnek sayısının seçilmesi işlemine de örneklem adı verilmektedir¹⁸².

Geçerli ve güvenilir örneklem sayısına ulaşmak amacıyla aşağıda gösterilen formüllerden yararlanılmaktadır. Hedef kitledeki birey sayısının bilindiği durumlarda

¹⁸²Yasin Bilim (2004), "Popüler Turistik Destinasyonlarda (Turizm Merkezlerinde) Polis ve Hizmetlerinin Avrupalı Turistler Tarafından Algılanması", **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, M.K.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay, s. 38.

“1” numaralı formül, bilinmediği durumlarda “2” numaralı formül kullanılmaktadır¹⁸³.

$$n = \frac{t^2}{d^2} pq \quad (1)$$

$$n = \frac{N(pq)}{\frac{B^2(N-1)^2}{Z^2} + S^2} \quad (2)$$

Burada;

n = örnekleme büyüklüğü

N= evren

p= örneklemin evren içindeki tahmini bulunma oranı (0.5)

q= İncelenen olayın gerçekleşmeme olasılığı (1-p= 0.5)

B= hata payı (0,049)

Z= güven aralığı (%95 için 1.96)

S=örnek seçilen evrenin standart sapması (1,34)

Bu çalışmada, birey sayısı bilindiğinden örneklem büyüklüğünün belirlenmesi için (2) numaralı formülden yararlanılacaktır. Muğla bölgesini 2013 yılında 3.062.689 kişi ziyaret etmiştir. Bahar tarafından daha önce yapılmış Muğla bölgesini kapsayan bir araştırmada güven aralığı (hata payı) 0,049 alınmıştır. Akademik çalışmalarda genellikle %95 güven düzeyi kullanıldığından bu formülde de güven düzeyi %95 olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda (2) numaralı formüle göre hesaplama yapıldığında örneklem büyüklüğü; n = 399,625 bulunmuştur. Ancak araştırmanın daha güvenilir ve gerçekçi olması açısından ankete katılan kişi sayısının formülle elde edilenden yüksek olması, daha olumlu sonuçların ortaya çıkmasını sağlayacaktır. Bu noktada 800 kişiye anket uygulanmış ancak 600 veri elde edilmiştir.

IV. Verilerin Analizi

“Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği” adlı bu araştırma için toplamda 800 kişiye anket uygulanmış ve

¹⁸³ Bahar (2004), ss. 114-115.

toplanan anketler çok dikkatli bir incelemeye alınmıştır. Tutarsız anketler dışında bazı bölümleri boş bırakılan anketler de geçersiz sayılmıştır. Kalan 600 anket numaralandırıldıktan sonra öncelikle Excel programına girilmiştir. Daha sonra, Excel programına girilen veriler analizin yapılacağı SPSS 21.0 (Statistical Packages for Social Science) paket programına aktarılmıştır.

Verilerin toplanması, ayıklanması ve programa aktarılmasından sonra sürdürülebilir turizm talebini etkilediği düşünülen faktörlerin analizi yapılarak, anket sonuçlarının frekans dağılımları hesaplanmıştır. Çok kısa olarak anket verilerinin analizinde kullanılmakta olan yöntem hakkında teorik bilgi vermek gerekirse¹⁸⁴:

Frekans, ankete katılan insanlardan belli bir kategoriye uygun ya da belli bir seçeneği işaretleyenlerin sayısını göstermesi açısından önemlidir.

Özetle, bu bölümde ankete katılan turistler ile ilgili demografik bilgiler ve değişkenlerin aritmetik ortalaması özetlendikten sonra, varyans analizi ile elde edilen bağımlı değişkenlerin etkileri yorumlanacaktır.

A. Anket Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Muğla bölgesini ziyaret eden turistlere yönelik yapılan anketten elde edilen verilere göre, anketi geçerli olan turistlerin milliyetlere göre dağılımı kısaca şu şekildedir; %71 İngiliz, %14 Alman, %2,8 Fransız ve %2,7 Hollandalıdır (Bkz. Tablo 3.2).

Tablo 3.2: Ankete Katılan Deneklerin Milliyetlere Göre Dağılımı

Milliyet	N	Oran (%)
İngiliz	426	71
Alman	84	14
Fransız	17	2,8
Hollandalı	16	2,7
İskoçyalı	13	2,2
İrlandalı	8	1,3
Polonyalı	7	1,2
Rus	6	1
Avustralyalı	4	0,7
İsveçli	4	0,7
Belçikalı	3	0,5
Amerikalı	2	0,3
Danimarkalı	2	0,3
Finlandiyalı	2	0,3
Güney Afrikalı	1	0,2
İspanyalı	1	0,2
Yeni Zelandalı	1	0,2

¹⁸⁴ Bahar (2004), s. 118.

Pakistanlı	1	0,2
İsveçli	1	0,2
Slovenyalı	1	0,2
TOPLAM	600	100

Tablo 3.3, anketi dolduran yabancı turistlerin demografik özelliklerini göstermektedir. Medeni durumuna göre baktığımızda Muğla'ya gelen ziyaretçilerin %28,3'ü bekar, %53,5'i evli ve %18,2'si partneri ile yaşamaktadır. Cinsiyetlerine göre dağılımlarını incelendiğinde ise ankete katılan yabancı turistlerin %57,5'i kadın, %42,5'i ise erkektir. Kadın oranının daha yüksek çıkmasının nedeni ailelerde anketlerin kadınlar tarafından doldurulmasından kaynaklanmaktadır.

Tablo 3.3: Ankete Katılan Deneklerin Demografik Özellikleri

Medeni Durum	N	Oran (%)
Bekar	170	28,3
Evli	321	53,5
Partneri ile Yaşıyor	109	18,2
TOPLAM	600	100
Cinsiyet	N	Oran (%)
Kadın	345	57,5
Erkek	255	42,5
TOPLAM	600	100
Yaş Grubu	N	Oran (%)
15-24	81	13,50
25-34	77	12,8
35-44	96	16,0
45-54	140	23,3
55-64	109	18,2
65 ve üstü	97	16,2
TOPLAM	600	100
Eğitim Durumu	N	Oran (%)
Lise Altı	81	13,5
Lise	186	31
Üniversite	258	43
Yüksek lisans	61	10,2
Doktora	14	2,3
TOPLAM	600	100
Gelir Grubu (Euro)	N	Oran (%)
5.000 altı	18	3
5.000-9.999	21	3,5
10.000-14.999	35	5,8
15.000-19.999	38	6,3
20.000-24.999	32	5,3
25.000-29.999	49	8,2
30.000-39.000	100	16,7
40.000 ve üstü	302	50,3
TOPLAM	600	100

Ankete katılan yabancı turistlerin eğitim durumu incelendiğinde büyük bir çoğunluğunun üniversite mezunu olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 3.3). Buradan hareketle, eğitim seviyesi ile seyahate çıkma eğilimi arasında bir bağlantı olduğu söylenebilir. Ankette turistlerin yaşları 15-24, 25-34, 34-44, 45-54, 55-64 ve 65 üstü olarak değerlendirilmiştir. Tablo 3.3’de anketleri dolduran turistlerin yaş dağılımları gösterilmektedir. Tablo 3.3’den de anlaşılacağı üzere turistlerin önemli bir kısmının %41.5 ile 45-54 ve 55-64 yaş aralığında oldukları gözlenmektedir. Diğer bir deyişle; bölgeye gelen turistlerin çoğunluğunu orta yaş grubu insanlar oluştururken, 25-34 ve 15-24 yaş aralığındaki grubun, diğer yaş gruplarına göre daha az paya sahip oldukları anlaşılmaktadır. Bu noktada, genç yaş grubu insanların sayısının az olmasının nedeni, dönem itibari ile ülkeye ziyarete gelen yabancı turistlerin diğer yaş gruplarına göre daha az olması ile birlikte anket konusu belirtildiğinde gençlerin isteksiz olmaları ve sürdürülebilirlik konusunda daha az bilgiye sahip olmaları söylenebilir.

Ankete katılan turistlerin gelir dağılımları sekiz kategoriye ayrılmıştır. Tablo 3.3’den de anlaşılacağı üzere, yabancı turistlerin büyük bir çoğunluğu üst gelir grubuna aittir. Yıllık geliri 5.000 Euro ve altı olanlar toplamın yalnızca %3’lük kısmını oluştururken, yıllık geliri 40.000 Euro ve üstü olan turistler toplamın %50.3’ünü oluşturmaktadır. Yıllık geliri 5.000 Euro altı olanlar genellikle öğrencilerden oluşmaktadır. Tablo 3.3’de eğitim durumu ve Tablo 3.4’de meslek grupları birleştirildiğinde, bu oranlar ortalama gelirin yüksekliğini de açıklamaktadır. Bunun yanı sıra Alman ve yabancı turistlerin Rus katılımcıların gelir hanesini doldurmakta isteksiz olmaları ve bu bölümü boş bırakmaları, bazı anketlerin geçersiz sayılmasına neden olmuştur. İngiliz ve Fransız turistlerin ise anket konusunda daha istekli ve özenli oldukları gözlenmiştir.

Tablo 3.4: Ankete Katılan Deneklerin Mesleğe Göre Dağılımı

Meslek	N	Oran (%)
Yönetici	85	13,2
Profesyonel/ Orta Kademe Yönetici	101	16,8
Eğitim/ Sağlık Çalışanı	91	16,1
Tüccar/ Zanaatkar	40	6,7
Emekli	138	23
Ev Kadını	8	1,3
Öğrenci	39	6,5
İşçi/ Tezgahtar	60	10
Diğer	38	6,4
TOPLAM	600	100

Ankete katılan deneklerin meslek durumları incelendiğinde, yabancı turistlerin %23'nün emekli, %16,8'i profesyonel bir işte ya da orta kademe yönetici olarak çalıştığı görülmektedir (Bkz. Tablo 3.4). Sürdürülebilir turizm konusunda öğrencilerin daha az bilgiye sahip oldukları buna karşılık ev hanımlarının ise konuya daha hakim olduğu, açık uçlu sorularda önerilerini uzun uzun yazdıkları gözlenmiştir. Emekli ziyaretçilerin ise anket konusunda daha istekli oldukları ancak büyük puntoda anket formu istedikleri gözlenmiştir. İleriki çalışmalarda anket formlarının bir bölümünün daha büyük puntolu hazırlanması uygun olacaktır.

Ülkeye gelen yabancı turistlerin seçtikleri konaklama türlerine göre dağılımı ise şöyledir: Gelenlerin yaklaşık yarısından fazlası (%66) otellerde, %13,5'lik kısmı apart ve pansiyonlarda konaklamaktadır (Bkz. Tablo 3.5). Gelenlerin büyük çoğunluğunun otel ve apartlarda kalmasının, turistlerin seçtiği tatil türünden kaynaklandığı söylenebilir. Çünkü, yabancı turistlerin büyük çoğunluğu her şey dahil sisteminden yararlanmaktadır.

Tablo 3.5: Ankete Katılan Deneklerin Konaklama Tipine Göre Dağılımı

Konaklama Tipi	N	Oran (%)
Otelde Konaklayanlar	396	66
Apartment-Pansiyonda Konaklayanlar	81	13,5
Villada konaklayanlar	57	9,5
Yat ve botlarda konaklayanlar	50	8,3
Kendi-arkadaş evinde konaklayanlar	16	2,7
TOPLAM	600	100

Ankete katılan yabancı turistler geceleme süreleri açısından incelendiğinde: Gelen yabancı turistlerin %45,8'nin 4 ile 7 gün Türkiye'de tatil yaptıkları gözlenmektedir. Geriye kalan %23,2'lik grup 11-14 gün, %17,8'lik grup 8-10 gün, %12,3'lük grup 15 ve üzeri, son olarak da %0,8'lik grup 1 ile 3 gün arasında ülkede tatil yapmaktadır (Bkz. Tablo 3.6).

Tablo 3.6: Ankete Katılan Deneklerin Ortalama Geceleme Süresi

Geceleme Süresi	N	Oran (%)
1-3 gün	5	0,8
4-7 gün	275	45,8
8-10 gün	107	17,8
11-14 gün	139	23,2

15 ve üzeri	74	12,3
--------------------	----	------

Tablo 3.7, rezervasyon kanalına göre anket dolduran turistlerin dağılımını göstermektedir. Buna göre turistlerin %44,3'lük kısmı internet üzerinden rezervasyon yaptırırken, %41,2'lik kısmı seyahat acentesi aracılığı ile rezervasyon yaptırmaktadır. İnternet veya telefon ile doğrudan otel kanalını kullanarak rezervasyon yaptıranlar ise %5,3'lük kısmı oluşturmaktadır.

Tablo 3.7: Ankete Katılan Deneklerin Rezervasyon Kanalına Göre Dağılımı

Rezervasyon Kanalı	N	Oran (%)
Seyahat Acentesi	247	41,2
İnternet (Tatil web sitesi, tatil portalı vs.)	266	44,3
Otel (internet sitesi, telefon vs.)	32	5,3
Diğer	55	9,2
TOPLAM	600	100

Ankete katılan turistlerin tatil rezervasyonu için bilgi almada sosyal medya araçlarını (facebook, instagram, blogger vs.) kullanıp kullanmadıkları sorulduğunda %40.5'nin evet cevabını verdiği, %59.5'nin ise hayır cevabını verdiği görülmektedir (Bkz. Tablo 3.8). Oranlardan da anlaşılacağı üzere sosyal medya araçlarının kullanımı oldukça yüksektir. Ankete katılan genç sayısı arttıkça bu oranın daha yüksek çıkacağı tahmin edilmektedir.

Tablo 3.8: Ankete Katılan Deneklerin Sosyal Medya Kullanım Oranı

	N	Oran (%)
Evet	243	40,5
Hayır	357	59,5
TOPLAM	600	100

Ankete katılan yabancı turistlere, sürdürülebilir turizmi destekleyen otuz bir ayrı soru yöneltmiş ve bu soruların konaklama ve destinasyon seçimlerinde ne kadar önemli olduğu sorulmuştur. Bu bağlamda ankete katılan 600 yabancı turistin sürdürülebilir turizm ile ilgili faktörlere verdikleri cevapların frekans dağılımları Tablo 3.12'de detaylı olarak verilmiştir. Tablo 3.9 incelendiğinde, sürdürülebilir turizm talebini etkilediği düşünülen en önemli konulardan biri "temiz plaj ve suya erişimin sağlanması" olmuştur. Bu faktör ile ilgili 490 (%81.7) kişi destinasyon ve konaklama tercihlerinde temiz plaj ve suya erişimi "çok önemli" olarak belirtmişlerdir. Diğer bir önemli faktör ise 401 (%66.8) kişinin "çok önemli" cevabı ile "doğal alanların, habibatın, biyolojik çeşitliliğin ve yaban hayatının korunması ve desteklenmesi"

olmuştur. Benzer şekilde 409 (%68.2) kişi “görölmeye değer manzaraların korunması” ifadesini, destinasyon ve konaklama tercihlerinde “çok önemli faktör” olarak belirtmişlerdir. Buna karşılık, anket sonuçlarına göre 136 kişi “Yavaş Şehir adı altında turistik tesislerin markalaşması ve bu unvana sahip destinasyonların arttırılması” konusunu destinasyon seçiminde “önemsiz” olarak belirtmişlerdir. Ancak bu oran ankete katılan kişiler içinde %22.7’lik kısmı oluşturmaktadır. 106 (%17.7) kişi ise “işletmenin sürdürülebilir turizm kapsamında eko etiketlere sahip olması” ifadesini “önemsiz” olarak belirtmişlerdir. Yabancı turistlere göre “Önemsiz” olarak belirtilen ifadeler bütünü içinde az bir orana sahiptir. Dolayısıyla, Tablo 3.9 genel olarak değerlendirildiğinde her bir faktör için verilen cevaplara göre sürdürülebilir turizmin, turizm talebini olumlu yönde etkilediği gözlenmektedir.

Tablo 3.9: Ankete Katılan Deneklerin Sürdürülebilir Turizm İle İlgili Talebi Etkileyen Değişkenlere Verdikleri Cevapların Dağılımı

Değişkenler	1̄	2̄	3̄	4̄	5̄
1.Tarihsel, kültürel ve doğal mirasın korunması	360 (%60)	202 (%33.7)	18 (%3)	10 (%1.7)	10 (%1.7)
2.Ulaşımın alt yapısının uygunluğu ve toplu taşımayı teşvik edecek düzenlemelerin olması	229 (%38.2)	336 (%56)	21 (%3.5)	9 (%1.5)	5 (%0,8)
3.Rezervasyon ve bilgi alma süreci esnasında e-posta yolu ile yapılan yazışmalarda çevre notu bulunması	154 (%25.7)	315 (%52.5)	98 (%16.3)	16 (%2.7)	17 (%2.8)
4.Doğal alanların, habibatın, biyolojik çeşitliliğin, yaban hayatının korunması ve desteklenmesi	401 (%66.8)	173 (%28.8)	18 (%3)	3 (%0,5)	3 (%0,5)
5.Sürdürülebilirlik alanında marka destinasyon olmak için yeterli çalışmaların yapılması	146 (%24.3)	318 (%53)	78 (%13)	7 (%1,2)	51 (%8.5)
6.Temiz plaj ve suya erişimin sağlanması	490 (%81.7)	99 (%16.5)	8 (%1.3)	1 (%0,2)	2 (0,3)
7.Gürültü kirliliğın azaltılması ve kontrolü için yapılan düzenlemeler	253 (%42.2)	282 (%47)	43 (%7.2)	10 (%1.7)	12 (%2)
8.Turistik tesiste yenilenebilir enerji kullanımı	252 (%42)	259 (%43.2)	53 (%8.8)	12 (%2)	24 (%4)
9.Yerel yönetimlerin bölgenin enerji, su ve geri dönüşüm altyapısını tamamlaması	290 (%48.3)	259 (%43.2)	33 (%5.5)	5 (%0,8)	13 (%2.2)
10.Gidilen destinasyondaki kamu otoritesi ile özel sektör temsilcilerinin sürdürülebilirlik konusundaki faaliyetleri, destekleri ve projeleri	169 (%28.2)	339 (%56.5)	57 (%9.5)	6 (%1)	29 (%4.8)
11.Turizmde faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının konuya ilişkin projeleri (Yeşil Yıldız, Beyaz Yıldız)	177 (%29.5)	317 (%52.8)	62 (%10.3)	10 (%1.7)	34 (%5.7)
12.Gidilen destinasyonda konaklama işletmelerinin uluslararası sürdürülebilir turizmi destekleyen bir sertifikasyon olan Travelife’a sahip olması	163 (%27.2)	303 (%50.5)	76 (%12.7)	18 (%3)	40 (%6.7)

13.Bölgenin kültürel değerlerini anlamak açısından yerel halk ile iç içe olmak ve iletişim kurulması	240 (%40)	300 (%50)	33 (%5.5)	6 (%1)	21 (%3.5)
14.Gidilen destinasyonda ve konaklama işletmelerinde yeterli düzeyde geri dönüşüm kutularının kullanılması	267 (%44.5)	278 (%46.3)	33 (%5.5)	2 (%0.3)	20 (%3.3)
15. Gidilen destinasyonda yerel ekonomiye olan katkı	273 (%45.5)	277 (%46.2)	35 (%5.8)	5 (%0.8)	10 (%1.7)
16. Misafirlerin şehir merkezine ve diğer turistik yerlere ulaşımında toplu taşıma araçları buggy (şarj edilebilir sessiz ve çevreyi kirletmeyen araç) ve bisiklet kullanılması	201 (%33.5)	271 (%45.2)	80 (%13.3)	11 (%1.8)	37 (%6.2)
17.Cittaslow (Yavaş Şehir) adı altında turistik markalaşması ve bu unvana sahip destinasyonların artırılması	117 (%19.5)	272 (%45.3)	136 (%22.7)	16 (%2.7)	59 (%9.8)
18.Çevrenin korunması, konaklama işletmesinin ve buna yönelik proje ve politikalara sahip olması	221 (%36.8)	289 (%48.2)	55 (%9.2)	7 (%1.2)	28 (%4.7)
19.Gidilen destinasyon ve konaklama işletmesinde çalışanların sürdürülebilirlik konusunda eğitilmiş ve bilinçli olmaları	221 (%36.8)	289 (%48.2)	55 (%9.2)	7 (%1.2)	28 (%4.7)
20.Gidilen destinasyonun bozulmamış, bakir, el değmemiş çevreye ve koyalara sahip olması	215 (%35.8)	310 (%51.7)	49 (%8.2)	4 (%0.7)	22 (%3.7)
21.İşletmenin yeşil teşviklere sahip olması (yeşil enerji kullanımı, su ve enerji tasarrufu vb.)	252 (%42)	273 (%45.5)	53 (%8.8)	4 (%0.7)	18 (%3)
22.İşletmenin sürdürülebilir turizm kapsamında eko etiketlere sahip olması	140 (%23.3)	304 (%50.7)	106 (%17.7)	9 (%1.5)	41 (%6.8)
23.Görülmeye değer manzaraların korunması	409 (%68.2)	165 (%27.5)	14 (%2.3)	4 (%0.7)	5 (%1.3)
24.Yerel hizmet ve ürünlerin kullanılması	317 (%52.8)	259 (%43.2)	15 (%2.5)	1 (%0.2)	8 (%1.3)
25.Hava ve İklim kalitesi	302 (%50.3)	237 (%39.5)	39 (%6.5)	6 (%1)	16 (%2.7)
26.Bölgenin taşıma kapasitesini aşması ve kalabalık riski	338 (%56.3)	219 (%36.5)	32 (%5.3)	2 (%0.3)	9 (%1.5)
27.Gidilen destinasyon veya konaklama işletmesinin mavi bayraklı marina ve plajlara sahip olması	323 (%53.8)	230 (%38.3)	30 (%5)	3 (%0.5)	14 (%2.3)
28.İşletmenin ve destinasyondaki yerel yöneticilerin sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal medya aracılığı ile faaliyetlerini tanıtmaları	168 (%28)	301 (%50.2)	79 (%13.2)	9 (%1.5)	43 (%7.2)
29.Gidilen konaklama işletmesinde (sadece istedikleri zaman çarşafaların değiştirilmesi, kapı ve pencereler açık olduğunda klimaların otomatik olarak kapanması vb.) çevre dostu uygulamaların olması	266 (%44.3)	280 (%46.7)	37 (%6.2)	7 (%1.2)	10 (%1.7)
30.Yerel olanaklara kolay ulaşımın olması					

	228 (%38)	321 (%53.5)	37 (%6.2)	4 (%0.7)	10 (%1.7)
31.Sürdürülebilirlik açısından ekolojik ayak izi farkındalığının yaratılması	204 (%34)	299 (%49.8)	55 (%9.2)	11 (%1.8)	31 (%5.2)

*1 çok önemli, 2 önemli, 3 önemsiz, 4 hiç önemli değil, 5 ne önemli ne önemsiz

Ankete katılan turistlerin 2, 3 ve 4. sorulara verdikleri yanıtlara ilişkin değerler verilmektedir (Bkz. Tablo 3.10). Ankete katılan yabancı ziyaretçilerin %77.6'sı sürdürülebilir turizm ürünü sunan işletmeleri diğer işletmelere göre tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Benzer şekilde ziyaretçilerin %54.3'ü sürdürülebilir turizm ürününe daha fazla ücret ödemeye gönüllüdür. %47.5 ziyaretçi ise fiyattan daha çok sürdürülebilirlik kapsamındaki düzenlemelerin önemli olduğunu ifade etmişlerdir. Elde edilen bu sonuçlara göre, yabancı turistlerin sürdürülebilir turizm konusuna önem verdikleri, destinasyon ve konaklama işletmesi tercihlerinde sürdürülebilir turizm ürününün, turizm talebini olumlu yönde etkilediği gözlenmektedir.

Tablo 3.10: Ankete Katılan Deneklerin Sürdürülebilir Turizm Talebine Yönelik Verdiği Yanıtlar

Sürdürülebilir Turizm Talebine Yönelik Sorular		Likert Ölçeği*				
		1	2	3	4	5
2. Sürdürülebilir turizm ürününü sunan turizm işletmesini diğer işletmelere göre tercih ederim.	N	6	18	110	341	125
	Oran	%1	%18	%18.3	%56.8	%20.8
3. Sürdürülebilir turizm işletmesine daha fazla ücret ödemeye gönüllü olurum.	N	18	68	188	270	56
	Oran	%3	%11.3	%31.3	%45	%9.3
4. Benim için fiyattan daha çok sürdürülebilirlik kapsamındaki düzenlemeler önemlidir.	N	11	86	218	229	56
	Oran	%1.8	%14.3	%36.3	%38.2	%9.3

*Değerler 5 üzerinden hesaplanmıştır. 5 kesinlikle katılıyorum, ..., 1 kesinlikle katılmıyorum.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilere sürdürülebilir turizm ürününe hiç rezervasyon yaptırdınız mı sorusu yöneltildiğinde ziyaretçilerin %29,3'ü evet, %70,3'ü hayır cevabını verdikleri gözlenmiştir (Bkz. Tablo 3.11). Sürdürülebilir turizm ürününe rezervasyon yaptırmadıklarını belirten ziyaretçilerin oranının yaptırana göre yüksek çıkmasının nedeni, bazı ziyaretçilerin bu konuda kesin bir bilgiye sahip olmadıklarından kaynaklandığı söylenebilir. Bu noktada sürdürülebilir

turizm ürünü sunan konaklama işletmelerinin misafirlerine rezervasyon aşamasında konuyla ilgili bilgi vermeleri işletmenin imajı açısından faydalı olacaktır.

Tablo 3.11: Ankete Katılan Yabancı Ziyaretçilerin Sürdürülebilir Turizm Ürününe Rezervasyon Yaptırma Durumları

	N	Oran (%)
Evet	178	29,7
Hayır	422	70,3
TOPLAM	600	100

B. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizi, anket öncesi hiçbir kategorizasyon yapılmadığı durumlarda kullanılan önemli bir araçtır. Uygulanan faktör analizi tekniği ile sürdürülebilir turizmin turizm talebini etkilediği düşünülen 6 faktör elde edilmiştir. Bu faktörler; eko etiket, doğal ve kültürel miras, işletmenin arz yapısı, yavaş şehir, rekabet gücü ve eko turizmdir.

Bu çalışmada faktör analizinin kullanılmasının nedeni, faktör analizi tekniğinin çok sayıda ve bağımlı nitelikte değişkenlerle örülü bir evreni, az sayıda ve bağımsız nitelikte değişkenlerle örülü bir evrene dönüştürerek anlamayı ve açıklamayı kolaylaştırmasıdır. Faktör analizinin araştırma açısından en önemli aşaması, elde edilen faktörlerin adlandırılıp anlamlandırılmasıdır¹⁸⁵. Bu bağlamda SPSS paket programına girilen veriler, faktör analizi sonucunda gruplandırdıktan sonra her birine isim verilmiştir. Yapılan analizde 7 faktöre ulaşılmış fakat bunlardan bir tanesi anlamsız olduğu görülmüş ve çıkartılmıştır.

Faktör analizinde kullanılan değişkenler Tablo 3.12’de verilmiştir. Bu çalışmada faktörler temel bileşenler yöntemine göre çıkartılmış, önemli temel bileşen sayısı Kaiser ölçütüne göre 7 olarak belirlenmiştir. Temel bileşenler Tablo 3.15’den de görüleceği gibi varyansı 1’den büyük olanlardır. Faktör analizi sonuçlarına göre faktörler şöyle adlandırılmıştır (Bkz. Tablo 3.12).

¹⁸⁵ Sayım Işık, Koray Duman ve Adil Korkmaz (2004), “Finansal Krizler: Bir Faktör Analizi Uygulaması”, *D.E.Ü. İ.İ.B.F Dergisi*, 9(1), s. 54.

Tablo 3.12: Faktörlerin Özdeğerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri

Temel Bileşen	Özdeğerler (Temel Bileşen Varyansları)	Yüzde	Birikimli Yüzde	Döndürme Sonrasında Yükleme Karelerinin Toplamı	Yüzde	Birikimli Yüzde
1	10,396	33,535	33,535	10,396	33,535	33,535
2	1,841	5,937	39,473	1,841	5,937	39,473
3	1,743	5,623	45,096	1,743	5,623	45,096
4	1,241	4,003	49,099	1,241	4,003	49,099
5	1,197	3,862	52,961	1,197	3,862	52,961
6	1,082	3,491	56,452	1,082	3,491	56,452
7	1,022	3,297	59,749	1,022	3,297	59,749
8	,892	2,879	62,628			
9	,847	2,733	65,361			
10	,816	2,633	67,994			
11	,799	2,576	70,570			
12	,719	2,320	72,891			
13	,682	2,200	75,091			
14	,670	2,163	77,253			
15	,633	2,043	79,296			
16	,529	1,706	81,002			
17	,521	1,680	82,683			
18	,509	1,642	84,325			
19	,490	1,581	85,906			
20	,482	1,555	87,461			
21	,463	1,494	88,955			
22	,451	1,455	90,410			
23	,401	1,293	91,702			
24	,374	1,207	92,909			
25	,370	1,192	94,101			
26	,345	1,113	95,214			
27	,336	1,085	96,299			
28	,325	1,048	97,347			
29	,288	,930	98,276			
30	,274	,883	99,159			
31	,261	,841	100,000			

Birinci faktör, *eko-etiket* olarak adlandırılmıştır. Bu adlandırmanın nedeni, söz konusu faktörün eko-etiket ve bu etiketlerin içeriği ile ilgili değişkenleri (Bkz. Tablo 3.13 Faktör 1) yoğun olarak etkilemesidir. Bununla birlikte faktör ortalaması alındığında ise ortalamanın 1,9626 olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 3.14). Şöyle ki ankete katılan yabancı turistlere, destinasyon ve konaklama tercihlerinde eko-etiketin önemi sorulduğunda “çok önemli” ve “önemli” arasında cevap verdikleri gözlenmektedir.

Tablo 3.13: Faktör Analizi Sonucu Temel Değişkenlerin Adlandırılması

<p>Faktör 1 (Eko-Etiket)</p> <p>İşletmenin sürdürülebilir turizm kapsamında eko-etiketlere sahip olması</p> <p>Gidilen destinasyondaki konaklama işletmelerinin uluslararası sürdürülebilir turizmi destekleyen bir sertifikasyon olan Travelife'a sahip olması</p> <p>Turizmde faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının konuya ilişkin projeleri (Yeşil Yıldız, Beyaz Yıldız)</p> <p>Gidilen destinasyondaki kamu otoritelerinin ve özel sektör temsilcilerinin sürdürülebilirlik konusundaki faaliyetleri, destekleri, projeleri</p> <p>Yerel yönetimlerin bölgenin enerji, su ve geri dönüşüm alt yapısını tamamlaması</p> <p>Turistik tesiste yenilenebilir enerji kullanımı</p> <p>Sürdürülebilirlik açısından ekolojik ayak izi farkındalığının yaratılması</p> <p>Gidilen destinasyon ve işletmede çalışanların sürdürülebilirlik konusunda eğitilmiş ve bilinçli olmaları</p> <p>Gidilen destinasyonun mavi bayraklı marina ve plajlara sahip olması</p>
<p>Faktör 2 (Doğal ve Kültürel Miras)</p> <p>Tarihsel, kültürel ve doğal mirasın korunması</p> <p>Doğal alanların, habitata, biyolojik çeşitliliğin ve yaban hayatının korunması ve buna yönelik faaliyetlerin desteklenmesi</p> <p>Bölgenin kültürel değerlerini anlamak açısından yerel halk ile iç içe olmak ve iletişimin kurulması</p> <p>Gidilen destinasyonda yerel ekonomiye olan katkı</p> <p>Gidilen destinasyonun bozulmamış, bakir, el değmemiş çevreye ve koyalara sahip olması</p> <p>Görölmeye değer manzaraların korunması</p>
<p>Faktör 3 (İşletmenin Arz Yapısı)</p> <p>Gidilen destinasyonda ve konaklama işletmelerinde yeterli düzeyde geri dönüşüm kutularının kullanılması</p> <p>İşletmenin yeşil teşviklere sahip olması (yeşil enerji kullanımı, su ve enerji tasarrufu vb.)</p> <p>Gidilen işletmede (sadece istedikleri zaman çarşafaların değiştirilmesi, kapı ve pencereler açık olduğunda klimaların otomatik olarak kapanması vb.) uygulamaların olması</p> <p>Yerel olanaklara kolay ulaşımın olması</p>
<p>Faktör 4 (Yavaş Şehir)</p> <p>Cittaslow (Yavaş Şehir) adı altında turistik merkezlerin markalaşması ve bu unvana sahip destinasyonların artırılması</p> <p>Misafirlerin şehir merkezlerine ve diğer turistik yerlere ulaşımında toplu taşıma araçları, buggy (şarj edilebilir, sessiz ve çevreyi kirletmeyen araç) ve bisiklet kullanılması</p>

<p>Faktör 5 (Rekabet Gücü)</p> <p>Ulaşımın alt yapısının uygunluğu ve toplu taşımayı teşvik edici düzenlemelerin olması</p> <p>Rezervasyon ve bilgi alma süreci esnasında e-posta ile yapılan yazışmalarda çevre notu bulunması (print almadan önce düşün gibi)</p> <p>Sürdürülebilirlik alanında marka destinasyon olmak için yeterli çalışmaların yapılması</p> <p>İşletmenin ve destinasyondaki yerel yöneticilerin sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal medya aracılığı ile faaliyetlerini tanıtması</p>
<p>Faktör 6 (Eko-Turizm)</p> <p>Temiz plaj ve suya erişimin sağlanması</p> <p>Gürültü kirliliğinin azaltılması ve kontrolü için yapılan düzenlemeler</p> <p>Çevrenin korunması, işletmenin ve destinasyonun buna yönelik proje ve politikalara sahip olması</p> <p>Yerel hizmet ve ürünlerin kullanılması</p>

İkinci faktör, tamamıyla doğal ve kültürel miras ile ilgili değişkenleri (Bkz. Tablo 3.13 Faktör 2) içerdiği için *doğal ve kültürel miras* olarak adlandırılmıştır. Faktör ortalamasını incelediğimizde, Tablo 3.14’de gösterildiği üzere ortalamanın 1,5981 olduğu görülmektedir. Diğer faktörlerle karşılaştırıldığında turizm talebini en çok etkilediği düşünülen faktör doğal ve kültürel mirastır.

Üçüncü faktör, çevre dostu uygulamaları, konaklama işletmesinin sahip olduğu yeşil teşvikleri, geri dönüşüm kutularının yeterliliğini ve yerel olanaklara ulaşımın kolaylığını içeren değişkenleri kapsadığı için *işletmenin arz yapısı* olarak adlandırılması uygun görülmüştür. Faktör ortalaması ise 1,6761 olarak hesaplanmıştır (Bkz. Tablo 3.14).

Dördüncü faktör *yavaş şehir* olarak adlandırılmıştır. Bunun nedeni söz konusu faktörün, yavaş şehir ile ilgili değişkenleri (Bkz. Tablo 3.13 Faktör 4) yoğun olarak etkilemesidir. Faktör ortalaması ise Tablo 3.14’de görüldüğü üzere 2,2000 olarak belirtilmektedir. Bu rakam “önemli” ve “önemsiz” arasında bir orandır. Bu oranın önemsizye doğru eğilim göstermesi, ankete katılan yabancı turistlerin yavaş şehir ile ilgili farkındalığının olmamasından kaynaklandığı söylenebilir.

Beşinci faktör çok açık biçimde ulaşımın alt yapısı ve toplu taşımayı teşvik edici düzenlemelerin olması, sürdürülebilirlik alanında marka destinasyon olmak için yeterli çalışmaların yapılması gibi rekabet edilebilirlik ile ilgili konuları içerdiği için

rekabet gücü olarak adlandırılmıştır. Faktör ortalaması ise 1,7556 olarak hesaplanmıştır. Bu ise “çok önemli” ve “önemli” arasında bir orandır.

Tablo 3.14: Faktör Ortalamaları

Değişkenler	N	Minimum	Maximum	Ortalama	Standart Sapma
Faktör 1	600	1,00	5,00	1,9626	,68125
Faktör 2	600	1,00	5,00	1,5981	,56572
Faktör 3	600	1,00	5,00	1,6761	,58967
Faktör 4	600	1,00	5,00	2,2000	,94639
Faktör 5	600	1,00	5,00	1,7556	,59294
Faktör 6	600	1,00	5,00	1,5808	,50491

Altıncı faktör ise *eko-turizm* olarak adlandırılmıştır. Sürdürülebilir turizm ile bir bütün olarak düşünülen eko-turizm, sadece çevre ile ilgili değişkenleri değil, yerel ürünlerin kullanılması, gürültü kirliliğinin azaltılması gibi konuları da içerdiği için adlandırılmanın yerinde olduğu söylenebilir. Faktör ortalamasına baktığımızda ise Tablo 3.17’de görüldüğü üzere 1,5808 oran ile neredeyse destinasyon ve konaklama seçiminde talebi “çok önemli” düzeyde etkilemektedir.

C. Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi

“Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği” adlı bu çalışma, araştırma türü ve veri toplama yöntemi olarak anket tekniğine dayalı bir alan araştırmasıdır. Muğla bölgesini kapsayan bu araştırma bölge genelindeki en önemli turizm çekim merkezleri olan Bodrum, Marmaris, Fethiye, Köyceğiz, Ortaca ilçelerinde; yabancı turistlere yönelik bir anket uygulaması şeklinde yapılmıştır.

Bu noktada Türkiye’ye gelen yabancı turistlerin sürdürülebilir turizm ile ilgili görüşlerini belirlemek, sürdürülebilir turizm uygulamalarının turizm talebine olan etkisini ölçmek ve dolayısıyla çalışmaya gerekli olan verileri elde etmek için yabancı turist anketi geliştirilmiştir. Turizm talebinin kaynağını oluşturan yabancı turistlerden, tatil bölgesi ve destinasyon seçimlerinde sürdürülebilir turizm ile ilgili verilen faktörlerin ne düzeyde önemli olduğunu belirtmeleri istenmiştir.

Yabancı turist anketinden elde edilen bulgulara göre, yapılan ilk analizlerde Muğla bölgesine gelen ziyaretçilerin demografik ve tatili özgü özellikleri incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre Muğla bölgesini ziyaret eden turistlerin %57,7'si 45 yaş ve üstü, %16'sı 35-44 yaş, %13,50'si 15-24 yaş ve %12,8'si 25-34 yaş şeklinde olduğu görülmüştür. Diğer bir deyişle, bölgeye gelen turistlerin çoğunluğunu orta yaş ve üstü insanlar oluşturmaktadır ve genç yaş grubu insanların toplam içinde payı düşüktür. Elde edilen bu sonuca göre, sektör temsilcileri ve turizm otoritelerinin genç yaşa yönelik tanıtım faaliyetleri ve turistik ürün çeşitlendirmelerine gitmeleri, sürdürülebilir turizm kapsamında gençleri bilinçlendirici etkinliklerde bulunmaları faydalı olacaktır. Benzer şekilde gençlerin turizmi sadece eğlence amaçlı değil bireysel gelişmelerine katkı sağlayacak düzeyde algılamaları gerekmektedir. Bu noktada bireysel gelişim hem turizm talebi açısından hem de sürdürülebilir turizmin anlam kazanması açısından önemli olacaktır.

Muğla'yı ziyaret eden turistlerin yıllık gelir durumlarına bakıldığında %50,3'nün 40.000 € ve üzerinde gelire sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bölgeye ve dolayısıyla ülkeye gelen turistlerin çoğunluğunun üst düzey gelir grubuna mensup insanlardan oluştuğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda Türkiye'nin yüksek gelir grubuna hitap edecek ve bununla birlikte sürdürülebilir turizmi destekleyecek şekilde (eko-turizm, agro-turizm, kırsal turizm, kültür turizmi, gönüllü turizm gibi) turistik ürün çeşitlendirmesine gitmesi ve bu tür insanları ülkeye çekecek politikaları üretmesi gerekmektedir. Aksi takdirde sadece deniz, kum ve güneş turizmi ile her şey dahil sisteme göre ucuz tatil anlayışını kapsayan pazarlama faaliyetlerine devam edilmesi, hem ülkenin belli bir zaman sonra taşıma kapasitesini aşmasına hem de kaynakların geri döndürülemez şekilde yok edilmesine neden olacaktır. Dolayısıyla bu durum ülke insanları açısından sosyal ve ekonomik anlamda refah kaybına yol açabilecektir.

Ülkeye gelen yabancı ziyaretçilerin eğitim durumları incelendiğinde ise, ziyaretçilerin %55,5'inin üniversite ve üstü eğitim seviyesine sahip oldukları gözlenmiştir. Sürdürülebilir turizme yönelik yöneltilen sorularda sürdürülebilir turizmin yüksek oranda talebi etkilediği ve dolayısıyla bu durumun eğitim seviyesi ile bağlantılı olduğu tahmin edilmektedir. Benzer şekilde Wehrli ve diğerlerinin 2011 yılında sürdürülebilir turizme yönelik talebi ölçen sekiz ülkede 6000 katılımcı ile

yaptıkları anket çalışmasında %65,7 katılımcının yüksek eğitim seviyesine sahip oldukları ve bunun sonucunda sürdürülebilir turizm ile eğitim seviyesi arasında bir bağlantı olduğunu belirttikleri gözlenmiştir. Bu bağlamda elde edilen analiz sonuçlarının literatür ile benzerlik taşıdığı anlaşılmaktadır¹⁸⁶.

Ankete katılan ziyaretçilerin demografik ve tatile özgü özellikleri incelendikten sonra ziyaretçilere destinasyon ve konaklama tercihlerinde etkili olabilecek sürdürülebilir turizm ile ilgili otuz bir faktör yöneltmiştir. Elde edilen bulgulara göre, temiz plaj ve suya erişimin sağlanması, doğal alanların, habibatın, biyolojik çeşitliliğin ve yaban hayatının korunması ve desteklenmesi ile görülmeye değer manzaraların korunması, talebi en çok etkileyen ifadeler olarak belirtilmiştir. Buna karşılık, bütünün içinde ortalama %20'lik bir oranı ifade etse de “Yavaş Şehir adı altında turistik tesislerin markalaşması ve bu unvana sahip destinasyonların artırılması” ile “işletmenin sürdürülebilir turizm kapsamında eko etiketlere sahip olması” ifadesi destinasyon seçiminde “önemsiz” olarak belirtilmiştir. Bu iki ifadeyi “önemsiz” olarak belirten yabancı turistler açık uçlu soruda şu noktaya değinmişlerdir; mavi bayraklı plajı olduğu için rezervasyon yaptırdıkları bir konaklama işletmesinde çöplerle karşılaştıklarını, suyun yeteri kadar temiz olmadığını belirtmişler dolayısıyla gerçek kişiler ve hükümetlerin katı kurallarıyla bu etiketler takip edilmediği durumlarda, hem gidilen destinasyon ve konaklama işletmesinin güvenilirliğini yitireceğini hem de etiketlere olan talebin olumsuz yönde etkileneceğini belirtmişlerdir. Benzer şekilde başka bir yabancı turistin ifadesine göre mavi bayraklı diye tercih ettiği bir plajın yeteri kadar temiz olmadığı, sürdürülebilir turizm sertifikasına sahip bir işletmede ise çalışanların mutsuz olduğu, yeterli düzeyde geri dönüşüm kutularının kullanılmadığı, dolayısıyla gerçek anlamda kontrol mekanizmasının işlemediği gözlenmiştir. Bu noktada yabancı turistlerin belli bir kısmının eko-etiketleri “önemsiz” olarak ifade etmelerinin nedeni, eko-etiketlere ve işleyiş mekanizmasına olan güvenin yetersiz düzeyde olmasıdır. Buna karşılık faktör analizi sonuçlarına göre, yabancı turistler eko-etiket konusunu destinasyon ve konaklama işletmesi tercihlerinde likert ölçeğine göre çok önemliden ziyade önemli

¹⁸⁶ Roger Wehrli vd., (2011), “Is There Demand for Sustainable Tourism?”, *ITW Working Paper Series*, Lucerne University of Applied Sciences and Arts, Institute of Tourism ITW, Switzerland, ss. 1-153.

olarak belirtmişlerdir. Bu durumda diğer faktör ortalamaları içinde eko-etiket beşinci sırada yer almaktadır. Literatüre baktığımızda ise Conaghan ve Hanrahan'ın 2010 yılında İrlanda'da sürdürülebilir turizm sertifikalarına olan talep ve algılama ile ilgili turizm örgütleri ve paydaşlarına yönelik yaptıkları anket sonuçlarına göre %91 gibi büyük bir çoğunluğun sürdürülebilir turizm kavramını anladıkları, %97'lik çoğunluğun bütün turizm çeşitlerinin sürdürülebilir olması gerektiği düşüncesinde oldukları, %78'inin ise sürdürülebilir turizme yönelik bir talebin olduğunu belirttikleri gözlenmiştir. Bununla birlikte ankete katılan kişilerin %43'ü eko-etiket konusunda farkındalığa sahip oldukları, %81'nin ise eko etiketlerdeki çeşitliliğin karışıklığa sebep olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde, %61'i sertifikasyon programlarının güvenilirliğinin sorgulanır olduğunu, %78'i ise bağımsız üçüncü kişiler tarafından onaylanması ve kontrol edilmesi gerektiğini ileri sürmüşlerdir¹⁸⁷. Literatür ile birlikte yabancı turistlere yöneltilen açık uçlu sorularda belirtilen görüşlerden de anlaşılacağı üzere eko-etikete talep vardır ancak güvenilirlik konusunda bir boşluk bulunmaktadır. Dolayısıyla anket sonuçları da literatür ile uyumludur. Bu noktada yapılması gereken küresel anlamda tek bir eko-etiket sisteminin bulunması ve bağımsız kurumlar tarafından sıkı bir şekilde denetlenmesidir.

Çalışmanın analiz bölümünde faktör uygulamasına gidilmiş ve elde edilen bulgulara göre daha önceki bölümde de belirtildiği üzere sürdürülebilir turizm talebini etkilediği düşünülen 6 faktöre ulaşılmıştır. Buradan hareketle eko turizm ilk sırada yer almaktadır. Yabancı turistlere göre eko turizm destinasyon seçimlerinde önemli bir etkidir. Literatürü incelediğimizde eko turizm kavramı turizmde sürdürülebilirlik kavramı ile birlikte ele alınmakta ve sürdürülebilir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Üst gelir grupları ve çok geniş bir kitle olarak orta sınıf tüketici eko turizm talebinde bulunmaktadır¹⁸⁸. Ankete katılan yabancı turistlerin gelir durumlarını incelediğimizde %67'lik kısmın üst ve orta gelir grubuna ait olduğu gözlenmektedir. Bu durum elde edilen sonuçların literatür ile uyumlu olduğunu göstermektedir.

¹⁸⁷ Aine Conaghan ve James Hanrahan (2010), "Demand for and Perceptions of Sustainable Tourism Certification in Ireland", **Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference: Shannon College of Hotel Management.**

¹⁸⁸ Ahıpaşaoğlu, s. 26.

Önem derecesine göre ikinci sırada yer alan doğal ve kültürel miras bölgeye olan turizm talebini etkilemektedir. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, turizm hareketlerinin üçte bir kısmının (%37), sanat, müzik, tarih, dinsel vb. kültürel nedenler ile yapıldığı tahmin edilmektedir. Örneğin İngiltere’de kültürel miras turizminin toplam yıllık turizm geliri içerisindeki payının %28 olduğu belirtilmiştir.¹⁸⁹. Benzer şekilde ankete katılan yabancı turistlere sorulan açık uçlu soruda, büyük bir çoğunluğun Türkiye’yi tercih etmelerinin nedeni olarak özellikle bölgenin doğal ve kültürel değerlere sahip olmasını belirttikleri gözlenmiştir.

İşletmenin arz yapısı talep açısından üçüncü sırada yer almaktadır. Geri dönüşüm kutularını yeterli düzeyde kullanan, su ve enerji tasarrufuna önem veren, yeşil teşviklere sahip ve çevreye duyarlı uygulamaları olan konaklama işletmeleri daha çok tercih edilmektedir. Dolayısıyla çevresel uygulamaları olan konaklama işletmeleri hem maliyetlerini düşürmekte hem de ziyaretçiler tarafından daha çok tercih edilmektedir.

Dördüncü sırada yer alan rekabet gücü, destinasyon ve konaklama işletmesi seçiminde önemli olan diğer bir faktördür. Ankete katılan yabancı turistlerin gittikleri bölgede ulaşımın alt yapısının uygunluğu ve toplu taşımayı teşvik edici düzenlemelerin olması, sürdürülebilirlik alanında marka destinasyon olmak için düzenlemelerin yapılması, işletmelerin ve yerel yöneticilerin sosyal medya ile sürdürülebilirlik faaliyetlerini tanıtmaları ziyaretçilerin taleplerini etkilemektedir. Özellikle ankete katılan yabancı turistlerin sosyal medyayı destinasyon seçimlerinde önemli bir araç olarak kullandıkları gözlenmektedir. Yapılan anket sonuçlarına göre yabancı turistlerin % 40.5’lik bir bölümü sosyal medyayı kullanmaktadır. Ankete katılan genç oranı arttıkça bu oranın artacağı tahmin edilmektedir. Bu noktada rekabet gücü açısından güçlü olmak isteyen işletme ve destinasyonların sürdürülebilirlik faaliyetlerini sosyal medya aracılığı ile paylaşmaları turizm talebini olumlu yönde etkileyecektir.

Analiz sonuçlarına göre diğer faktörler içinde daha az öneme sahip olan “yavaş şehir” ankete katılan yabancı turistler tarafından konaklama ve destinasyon tercihlerinde önemli ve önemsiz arasında bir noktadadır. Bu faktörün diğer faktörlere göre ziyaretçilerin konaklama ve destinasyon tercihlerinde daha az öneme sahip

¹⁸⁹ Özdoğan, s.50.

olmasının nedeni Yavaş Şehir kavramının tam olarak bilinmemesidir. Bu kavramın içeriği ile ilgili bilgi verilmesine karşın, genç ziyaretçiler tarafından tercih edilmediği gözlenmiştir. Benzer şekilde eko-etiket programlarında olduğu gibi marka destinasyonların bu markaları alma sürecinde güvenilirlik düzeyinin önemli olduğu ve denetlemelerin ne düzeyde yapıldığı algıda karışıklık yaratmaktadır.

Ankete katılan yabancı ziyaretçilere “sürdürülebilir turizm ürününü sunan işletmeleri diğer işletmelere göre tercih ederim” ifadesi verilmiştir ve ziyaretçilerin %77.6’sı kesinlikle katılıyorum ve katılıyorum ifadelerini kullanmışlardır. Bu durumda sürdürülebilir turizm ürünü sunan işletmeler, diğer işletmelere göre rekabet gücü açısından daha avantajlı durumdadır. Sürdürülebilir turizmin, turizm talebi üzerine etkisi bu noktada açıkça görülmektedir. Benzer şekilde diğer bir ifade ise şöyledir: “sürdürülebilir turizm işletmesine daha fazla ücret ödemeye gönüllü olurum”. Bu ifadeye ziyaretçilerin %54.3’ü katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum demişlerdir. Dolayısıyla ankete katılan yabancı ziyaretçiler sürdürülebilir turizm ürününü diğer ürünlere göre tercih etme konusunda daha istekli olmalarına karşın, fiyat konusunda yarıdan fazla katılımcı fazla ücret ödemeye gönüllü olsa da diğer bir bölüm bu aradaki ücret farkının kamu otoriteleri tarafından karşılanmasının daha uygun olacağını savunmaktadırlar. “Benim için fiyattan daha çok sürdürülebilirlik kapsamındaki düzenlemeler önemlidir” ifadesine katılanların oranı ise %47.5’dir. Buradan hareketle fiyat ile ilgili her iki ifade de birbirine yakın cevapların verildiği görülmektedir. Sürdürülebilir turizm ürünleri ziyaretçi açısından talebi önemli düzeyde etkilemektedir. Ne var ki fiyat ile ilişkilendirildiğinde aynı şeyi söylemek pek de mümkün değildir. Ankete katılan ziyaretçilerin eğitim ve gelir seviyeleri göz önünde bulundurulduğunda sürdürülebilir turizmin fiyattan daha önemli olduğunu savunan ziyaretçilerin gelir ve eğitim seviyesi ile doğru orantılı olduğu söylenebilir.

Yabancı ziyaretçilerin sürdürülebilir turizm ürününe rezervasyon yaptırıp yaptırmadıkları sorulduğunda ise %29.7’sinin yaptırdıkları, %70,3’ünün ise yaptırmadıkları gözlenmiştir. Literatüre baktığımızda ise Wehrli ve diğerlerinin 2011 yılında sürdürülebilir turizm talebine yönelik yaptıkları anket çalışmasına göre ankete katılan deneklerin %20.3’ünün sürdürülebilir turizm ürününe rezervasyon yaptırdıkları gözlenmiştir¹⁹⁰. Nitekim daha önceki yapılan bir çalışma ile neredeyse

¹⁹⁰ Wehrli, s. 32.

benzer oranlara ulaşılmıştır. Her geçen yıl sürdürülebilir turizme yönelik farkındalığın ve talebin artması olumlu bir sonuçtur. Yabancı turistlere yöneltilen açık uçlu soruda, sürdürülebilir turizme yönelik rezervasyon ve öncesi süreçte bilgilendirme yapılmasının talebi olumlu yönde etkileyeceğini belirttikleri gözlenmiştir. Bu durumda sektör temsilcileri ve kamu otoriteleri ziyaretçilere sürdürülebilir turizme yönelik ürün sunmalı, rezervasyon ve bilgi verme sürecinde farkındalık yaratılmalı ve ziyaretçilerin sürdürülebilir turizm ürününe rezervasyon yaptırdıkları belirtilmelidir. Bu durum sadece talebi etkilemekte kalmayıp işletmenin ve ülkenin imajını da olumlu yönde etkileyecektir.

D. Literatüre Katkılar

Araştırmanın amacı Muğla iline gelen yabancı ziyaretçilerin sürdürülebilir turizme yönelik tutumlarının ölçülmesi ve sonuçta sürdürülebilir turizmin konaklama ve destinasyon seçiminde talebi ne düzeyde etkilediğinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda sürdürülebilir turizm ile ilgili literatür ortaya konulduktan sonra Muğla bölgesinde yapılan anket sonuçları SPSS paket programı ile analiz edilerek değerlendirilmiştir.

Uluslararası literatürde sürdürülebilir turizmin turizm talebini etkilemesi ile ilgili hiçbir çalışmaya rastlanmamıştır. Buna karşılık sürdürülebilir turizm talebi ile ilgili çok az çalışma bulunmaktadır (Roger Wehrli ve diğerleri, 2011; Rinaldo Brau, 2008). Benzer şekilde bir turizm ülkesi olan Türkiye’de konuya ilişkin ulusal literatürde söz konusu araştırma kapsamında herhangi bir çalışmanın bulunmadığı görülmektedir. Dolayısıyla ulusal ve uluslararası turizm literatüründe sürdürülebilir turizm talebi ile ilgili bilimsel veri eksikliğinin giderilmesine katkıda bulunması çalışmanın en önemli noktalarından biri olmaktadır. Bu bağlamda sürdürülebilir turizmin talebi ne düzeyde etkilediğinin bilinmesi bu sektörde faaliyet gösteren hem özel ve hem de kamu sektörüne yol gösterici olacağı öngörülmektedir.

Çalışmanın literatüre bir diğer katkısı ise konuyu iktisadi bakış açısı ile ele alarak sürdürülebilir turizm ile ekonomi ilişkisini açıklamaktır. Ekolojik iktisat ile neo-klasik iktisat arasındaki farklar incelenmiş, Eko-ekonomi Kuznets eğrisi yoluyla açıklanmıştır.

V. Sonuç ve Öneriler

Turizm sektörünün ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma süreçleri üzerinde pozitif bir etki yaratması hem gelişmiş ve hem de gelişmekte olan ülkeler açısından kabul edilen bir gerçektir. Aynı zamanda turizm, farklı bilim dallarını ve disiplinleri ilgilendiren karmaşık ve çok çeşitli yönü olan sosyo-ekonomik bir olaydır. Turizm dünyanın en hızlı gelişen ve büyüme gösteren sektörlerinden birisi olmakla birlikte ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmelere paralel olarak önemi artan ekonomik bir faaliyettir¹⁹¹.

Genel olarak incelediğimizde turizm, yatırımları ve iş hacmini genişleten, gelir yaratan, döviz sağlayan, yeni istihdam alanları açan, bölgesel kalkınmayı sağlayan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen niteliklere sahip olması ülkelerin sadece ekonomik olgu üzerinde yoğunlaşmasına neden olmuştur. Oysa turizm sadece ekonomik bir olay değildir. Turizmin olumlu etkilerinin yanı sıra bir takım olumsuz etkileri de vardır. Bunlar kısaca çevresel bozulma, su kaynaklarının kirlenmesi, ekolojik dengenin bozulması, düzensiz kentleşme, gürültü kirliliği, zararlı atıklar olarak sıralanabilir. Dolayısıyla, bir ülkenin turizm planlaması yapılırken, turizmin sadece ekonomik sonuçlarını değil, çevresel etkilerini de dikkate almak ve turizmin olumsuz etkilerini de kontrol edebilmek gerekir¹⁹².

Son yıllarda özellikle sürdürülebilir turizm kavramının öneminin anlaşılmasıyla birlikte sürdürülebilir turizm faaliyetleri hızlı bir gelişim sürecine girmiştir. Buna karşılık sürdürülebilir turizm ile ilgili talep konusundaki değerlendirilmelerin akademik çalışmalarda ihmal edildiği gözlenmektedir. Bu noktada turizm sektöründe diğer sektörler gibi uzun dönemde başarılı olabilmek için kapsamlı bir planlama ve yönetime gereksinim vardır. Sorun ortaya çıktıktan sonra yapılacak düzenlemelerden ziyade sorun ortaya çıkmadan önce alınacak önlemleri içeren kapsamlı bir turizm politikası turizmin geleceği açısından faydalı olacaktır.

Yapılan araştırmadan elde edilen bulgulara göre, kültürel ve doğal mirasın korunması, sürdürülebilir turizm açısından önemli olduğu kadar turizm talebi

¹⁹¹ Bahar vd. (2014), ss. 260-264.

¹⁹² Özgür Yanardağ ve Mehmet Avcı (2012), "Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme", *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 3(2), s. 41.; Sevgin Akış (1999), "Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye", *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:10, Sayı:1, s.36.

açısından da önemli olduğu sonucuna varılmıştır. Ankete katılan denekler destinasyon ve konaklama işletmesi tercihinde bulunurken doğal ve kültürel miras faktörünün çok önemli olduğunu belirtmişlerdir. Bu bağlamda kültürel ve doğal mirası tehdit eden unsurlar dikkate alındığında, özellikle aşırı kullanım ve yıkıcılığın öne çıktığı görülmektedir. Ziyaretçilerin etkilerinin en aza indirilmesi için bölgenin taşıma kapasitesinin belirlenmesi ve ziyaretçi sayısının iyi yönetilmesi gerekmektedir. Benzer şekilde kültürel ve doğal mirasa olan turizm talebi aşırı ziyaretçilere ve bu ziyaretçilerin olumsuz etkilerine neden olmaktadır. Bu noktada yapılması gereken sürdürülebilirliği sağlamak için gelir beklentisi amacından sıyrılarak koruma değerleri ile hareket etmek ve bunu dikkate alarak amaç ve hedefler belirlemektir¹⁹³. Dolayısıyla sürdürülebilirliğin sağlanmasında özel sektör, yerel halk, kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum kuruluşları, eğitim kurumları ile turizm ve kültür ile ilgili profesyonellere büyük görevler düşmektedir. Bu bağlamda kültürel ve doğal mirasın korunmasına yönelik fonlar araştırılmalı, müze giriş ücretleri diğer ülkelerle karşılaştırılmalı gerekirse artışlar yapılmalı, taşıma kapasitesinin üzerinde ziyaretçi kabul edilmemeli, topluma kültürel ve doğal mirasın korunması ve önemi konusunda yeterli düzeyde bilgi verilmelidir.

Eko-etiket konusu ile ilgili bir değerlendirme yapılacak olursa, eko-etiketlerin ziyaretçilerin büyük bir çoğunluğu tarafından konaklama işletmesi tercihlerinde önemli bir etken olarak görüldüğü ancak güvenilirlik açısından bazı ziyaretçiler tarafından önemsiz olduğu gözlenmiştir. Eko etiket sürdürülebilir turizm yönetiminde bir araçtır dolayısıyla farkındalık, açıklık ve güvenilirliğe bağlı olarak etkisini gösterecektir. Bu noktada çok fazla sertifikasyon programlarının olması kafa karıştırıcı olmaktadır. Bu sertifikaların çeşitliliğini arttırmak yerine küresel anlamda tek bir sertifikasyon programı oluşturmak daha etkili olacaktır. Bununla birlikte bağımsız kurumlar tarafından sıkı bir şekilde denetlemelerin yapılması güvenilirliği arttıracaktır. Öncelikle yapılacak olan düzenlemeler ile birlikte eko-etiketler tek bir etiket altında toplanmalı, güvenilirliğinin sağlanması için etkili şekilde denetlenmeli, gerekli tanıtım faaliyetleri ile farkındalık oluşturulmalıdır. Benzer şekilde konaklama işletmelerinin rekabet düzeyi açısından önemli bir araç olan eko etiketlere sahip

¹⁹³ Özdoğan, s. 53.

olmaları için, turizm otoriteleri tarafından destekleyici programların oluşturulması faydalı olacaktır.

Yapılan analiz sonucunda ankete katılan yabancı turistlerin yaş ortalamalarına bakıldığında %23.3 oranla 45-54 yaş aralığının anket uygulamalarına daha istekli olduğu ve sürdürülebilir turizm ile ilgili daha fazla farkındalığa sahip oldukları buna karşılık gençlerin ise daha az ilgili oldukları gözlenmiştir. Daha fazla genç ziyaretçiye anket uygulanmasına rağmen anketleri yarıda bıraktıkları, sürdürülebilir turizmin ne anlama geldiği ile ilgili sorular sordukları görülmüştür. Bu noktada gençlerin eğitim müfredatlarında sürdürülebilir turizm kavramının önemini ortaya koyan derslerin olması faydalı olacaktır. Sürdürülebilir turizm ile ilgili üniversitelerde derslerin okutulması, buna yönelik bölümlere daha fazla yer verilmesi hem turizmin gelişimi hem de geri döndürülemez kaynakların korunması ve devamlılığının sağlanması açısından önemli olacaktır. İlköğretimden itibaren çevrenin korunmasına yönelik verilecek eğitimler ileride çevreye karşı daha duyarlı bir neslin yetişmesini sağlayacaktır.

Çalışmada ankete katılan yabancı turistlerin neredeyse yarısı (%40.5) sosyal medya kullanmaktadır. Sosyal medyanın gençler arasında daha fazla kullanıldığı düşünülürse ankete katılan genç oranının artması halinde bu oranda dolayısıyla artacaktır. Benzer şekilde misafirlere işletmenin ve destinasyondaki yerel yöneticilerin sürdürülebilir turizm kapsamında sosyal medya aracılığı ile faaliyetlerini tanıtmaları destinasyon ve konaklama tercihinizde ne derece önemli denildiğinde, ziyaretçilerin %78.2'si çok önemli ve önemli olduğunu belirtmişlerdir. Bu noktada konaklama tesislerinin ve yerel yöneticilerin sosyal medyayı bir pazarlama ve tanıtma aracı olarak görmeleri yerinde olacaktır. Sosyal medya hesaplarında sürdürülebilir turizm ile ilgili konulara yer vermeleri ve takipçilerini bu konu ile ilgili bilinçlendirmeleri hem talebi olumlu yönde etkileyecek hem de doğrudan tüketiciye ulaşmayı hedefleyen bir pazarlama stratejisi açısından faydalı olacaktır.

Cittaslow (Yavaş Şehir) gibi sürdürülebilir turizmi destekleyen bir markanın turizm talebini önemli ölçüde etkilediği analiz sonuçlarına göre gözlenmektedir. Bunun yanı sıra anket sırasında bu kavramın yabancı ziyaretçiler tarafından çok fazla bilinmediği ve detaylı bilgi verildikten sonra soruyu cevapladıkları gözlenmiştir.

Buradan hareketle yavaş şehir kavramını anlatan afişlerin olması, yeterli düzeyde reklamların yapılması dolayısıyla pazarlama faaliyetlerinin etkinliği bu bölgelere olan talebi daha çok arttıracaktır. İleriki çalışmalarda sadece yavaş şehre yönelik soruların hazırlanması ve anket çalışmasının sadece yavaş şehri kapsayan sorulardan oluşması çalışmayı daha anlamlı kılacaktır.

Ankete katılan ziyaretçilerin görüşlerine göre ziyaretçilerin ortalama %78'i sürdürülebilir turizm ürününü sunan işletmeleri diğer işletmelere göre tercih etmektedir. Bu da gösteriyor ki sürdürülebilir turizm, turizm talebini olumlu yönde etkilemektedir. Fiyat konusunda ise ziyaretçiler sürdürülebilir turizme önem verdiklerini ancak fiyat konusunda hükümetlere büyük rol düştüğünü belirtmişlerdir. Benzer şekilde her zaman fiyat odaklı turizm anlayışı sergilemenin doğru olmadığını, sürdürülebilir ürün kullanan ve bu konuya gerçek anlamda önem veren destinasyon ve konaklama işletmelerini tercih etme olasılıklarının yüksek olduğunu belirtmişlerdir. Dolayısıyla yerel yöneticilerin ve özel sektör temsilcilerinin ortak çalışmaları ile kamu spotları oluşturulmalı, sürdürülebilir turizm ile ilgili farkındalık yaratacak işaret ve tabelalara yer verilmelidir. Çevresel düzenlemeler dikkate alınmalı, alt yapı tamamlanmalı, toplu taşıma araçları ve bisiklet kullanımı teşvik edilmeli, bisiklet yolları oluşturulmalıdır.

Ziyaretçilere yöneltilen açık uçlu sorudan elde edilen bilgilere göre, özellikle sahil kenarlarına binaların yapılmaması gerektiği vurgulanmıştır. Dolayısıyla kullanılmayan birçok atıl durumdaki otelin ve sahil kenarlarına yapılan binaların talebi olumsuz yönde etkileyeceği göz ardı edilmemelidir. Dalyan'da bulunan caretta caretta kaplumbağalarının bu destinasyonu cezbedici hale getirdiği belirtilmiştir. Buradan hareketle, ülkedeki biyolojik çeşitliliğin korunması ve bu alanda gerekli düzenlemelerin yapılması sürdürülebilir turizm ve talep açısından faydalı olacaktır. Yerel halkın ürünlerini sunan ve yerel halka ekonomik katkı sağlayan işletmeler ziyaretçiler tarafından daha çok tercih edilmektedir. Bu noktada KFC, Mc Donald's gibi hızlı yemek hizmeti sunan işletmeler yerine yerel ürünler sunan işletmelerin sayısı artırılmalıdır. Ziyaretçilerin değındiğı diğer bir konu ise tabela kirliliğidir. Görüntü kirliliğine neden olan gereksiz tabelaların kaldırılması ve adreslerle ilgili cadde ve sokak isimlerinin detaylı olarak belirtildiğı açık ve anlaşılır tabelalara yer verilmesi daha uygun olacaktır. Son olarak ziyaretçiler plastik poşet kullanımı

konusunda daha daha dikkatli olunması gerektiğini, plastik poşetler yerine uzun süre kullanımlı bez poşetlerin kullanılmasının ve plastik poşetlerin marketlerde ücretsiz verilmemesi gerektiğini belirtmişlerdir. Plastik poşetlerin çevreye verdiği zararlar düşünüldüğünde bu konuda yapılacak düzenlemeler faydalı olacaktır.

KAYNAKÇA

a. Kitaplar

- Ahipaşaoğlu, S. ve Çelttek, E. (2006), *Sürdürülebilir Kırsal Turizm*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aronsson, L. (2000), *The Development of Sustainable Tourism*, London and New York: Continuum.
- Bahar, O., Özkoç, H. ve Samırkaş (2014), “Turizm ve Ekonomik Kalkınma İlişkinde Ampirik Bir Yaklaşım: Panel Koentegrasyon Analizi”, Selahattin Beklemez (Ed.), *Farklı Boyutları İle Türkiye’de Kalkınma*, Ankara: Efil Yayınevi.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012), *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. ve Balmumcu, Ö. (2010), “2008 Küresel Mali Krizin Turizm Sektörüne Yansımaları”, I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, **I. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı**, Ankara: Detay Yayıncılık, 27-30 Mayıs 2010, Nevşehir: 894-909.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2005), *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Brown, L. (2003), *Eko-ekonomi: Dünya İçin Yeni Bir Ekonomi Kurmak*, Çeviren: A.Y. Erkan, İstanbul: Tema Vakfı Yayınları.
- Briguglio, L. vd. (1996), *Sustainable Tourism in Island&Small States: Issues and Policies*, London: Pinter.
- Buckley, R., C. (2001), *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*, X. Font ve R. C. Buckley (Ed.), CABI Publishing: UK.
- Cooper, C. (1999), *Tourism: Principles and Practice*, Addison Wesley Longman: Harlow Essex.
- Demir, C.ve Çevirgen, A. (2006), *Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*, Ankara: Nobel Yayınları.
- Edgell, D. (2006), *Managing Sustainable Tourism A Legacy for the Future*, New York, London, Oxford: The Haworth Pres.
- Ertürk, H. (2004), *Çevre Bilimlerine Giriş*, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Font, X. ve Buckley, C. (Ed.) (2001), *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*, CABI Publishing: UK.
- Frechtling, D. (2011), *Forecasting Tourism Demand: Methods and Strategies*, Butterworth-Heinemann: Oxford, Elsevier.
- Grotta, D. ve Grotta, S., V. (1992), *The Green Travel Sourcebook: A Guide for The Physically Active, The Intellectually Curious, or The Socially Aware*, Publishing John Wiley&Sons, Inc.
- Guyette, S., M. (2013), *Sustainable Cultural Tourism Small-Scale Solutions*, Printing: Createsace, USA.

- İçöz, O. (2005), *Turizm Ekonomisi*, Turhan Kitapevi: Ankara.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2012), *Turizm ve Çevre*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kılıçaslan, Y. vd. (2013), *İktisada Giriş*, Anadolu Üniversitesi Yayınları: Eskişehir.
- Kozak, M. (Ed.) (2014), *Sürdürülebilir Turizm Kavramlar Uygulamalar*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, A.ve Kozak, M. (2001), *Genel Turizm İlkeler Kavramlar*, Tura Kitapevi: Ankara.
- Kozak, N. (2012), *Genel Turizm Bilgisi*, Anadolu Üniversitesi Yayını: Eskişehir.
- Lanier, P. (2013), *Sustainable Tourism: A Small Handbook for Success*, Publishing: EcoGo.org: Sonoma, California.
- Middleton, V. ve Hawkins, R. (1998), *Sustainable Tourism: A Marketing Perspective*, Oxford: Butterworth-Heinemann Publishing.
- Olalı, H.(1991), *Turizm Pazarlaması*, İstiklal Matbaası: İzmir.
- Özgüç, N. (1998) , *Turizm Coğrafyası*, İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Sharpley, R. (2009) ‘*Tourism Development and The Environment: Beyond Sustainability?* UK and USA: Earthscan Publishing.
- Seba, J. (2012), *Ecotourism and Sustainable Tourism: New Perspectives and Studies*, Apple Academic Press: Canada.
- Speck, E. (2002), *Sustainable Tourism: A Global Perspective*, Rob Harris vd. (Ed.), Butterworth Heinemann: Oxford.
- Tuna, M. (2007), *Turizm, Çevre ve Toplum: Marmaris Örneği*, Detay Yayıncılık: Ankara.
- UNWTO (2001), *Sustainable Development of Ecotourism: A Compilation of Good Practices*, Publishing: UNWTO, İspanya.
- Usta, Ö. (1992), *Turizm*, Altın Kitaplar Yayınevi: İstanbul.
- Yarcan, Ş. (1998), *Turizm Endüstrisinin Yapısı*, Boğaziçi Üniversitesi Yayını: İstanbul.

b. Makale, Yıllık, Tebliğ ve Tezler

- Aldemir, Ş. ve Kaypak, Ş. (2008), “Eko-ekonomi Kavramı ve Türkiye İçin Bölgesel Ölçekli Bir Değerlendirme”, **2.Ulusal İktisat Kongresi**, DEÜ. İ.İ.B.F., İzmir.
- Akesen, A. (2009), “Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımında Ekoturizmin İşlevsel Önemi”, **Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği 10. Ulusal Turizm Kongresi**.
- Akış, S. (1999), “Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt:10, Sayı:1: 36-46.
- Aydın Çevirgen (2004), “Edremit Yöresinde Ekoturizme Yönelik Bir Talep Araştırması”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 12: 46-67.

Bahar, O. (2004), “Türkiye Turizm Sektörünün Rekabet Gücü Analizi Üzerine Bir Alan Araştırması: Muğla Örneği”, **Basılmamış Doktora Tezi**, Muğla Üniversitesi S.B.E.

Bahar, O. (2003), “Kitle Turizminin Çevre Üzerindeki Olası Etkileri: Bodrum Örneği”, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 14, Sayı 2: 150-158.

Bayraktutan, Y. ve Uçak, S. (2011), “Ekolojik İktisat ve Kalkınmanın Sürdürülebilirliği”, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, Cilt 3, Sayı 4: 11-16

Bergh, J. (2000), “Themes, Approaches, and Differences with Environmental Economics”, Tinbergen Institute, Amsterdam, ss. 1-25.

Bilim, Y. (2004), “Popüler Turistik Destinasyonlarda (Turizm Merkezlerinde) Polis ve Hizmetlerinin Avrupalı Turistler Tarafından Algılanması”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.

Bingöl, F., K. (2011), “Turist Harcamalarını Etkileyen Faktörler: Muğla Örneği”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Burton, F. (1998), “Can Ecotourism Objectives Be Achieved?”, *Annals of Tourism Research*, Vol:25, Issue: 3, ss. 755-758.

Butler, R. (1999), “Sustainable Tourism: A state of the art review”, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment* 1, ss. 7-25.

Conaghan, A. ve Hanrahan, J. (2010), “Demand for and Perceptions of Sustainable Tourism Certification in Ireland”, Tourism and Hospitality Research in Ireland Conference: Shannon College of Hotel Management.

Cömert, T. (2002), “Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm İçin Makro Plan Önerisi”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Çalışkan, C. (2011), “Sürdürülebilir Turizm Gelişiminin Nesiller Arası Etki Boyutunun Algılanması: Alanya Örneği”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: Hatay.

Çetinel, G. (2001), “Turizmde Tanıtım ve Reklam Faaliyetlerinin Önemi”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 12, Sayı 2: 151-161.

Çuhadar, M. (2006), “Turizm Sektöründe Talep Tahmini için Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama)”, **Basılmamış Doktora Tezi**, Süleyman Demirel Üniversitesi S.B.E., Isparta.

Day, J. vd. (2013), “Weather, Climate, and Tourism Performance: A Quantitative Analysis”, *Tourism Management Perspectives* 5: 51-56

Diñer, M. ve Gedik, S. (2010) , “Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı İçinde İstanbul’daki 5 Yıldızlı Çok Uluslu Konaklama İşletmelerinin Çevre Duyarlılığının Değerlendirilmesi”, **11. Ulusal Turizm Kongresi Kuşadası**, Ed: Osman Eralp Çolakoğlu, Ankara: Detay Yayıncılık.

Dulupçu, M. (2000), “Sürdürülebilir Kalkınma Politikasına Yönelik Gelişmeler”, *Dış Ticaret Dergisi* 20: 46-70.

Ergüven, M. E. (2011), “Cittaslow-Yaşamaya Değer Şehirlerin Uluslar arası Birliği: Vize Örneği”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2): 201-210

Eser, S. (2011), “Sürdürülebilir Turizm ve Efes Örneği”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.

Fokiali, P. vd. (2006), “Tourism and Sustainable Development Strategies in Rhodes: The Awareness of the Local Societies”, *Ege Akademik Bakış Dergisi* 2: 25-46.

Freytag, A. ve Vietze, C. (2010), “Can Nature Promote Development? The Role of Sustainable Tourism for Economic Growth”, *Jena Economic Research Papers* 8: 1-32.

Göktepe, S. (2001), “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında İstanbul’daki 4 ve 5 Yıldızlı Otellerde Enerji Verimliliği Uygulamaları”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Hassan, S. S. (2000), “Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry”, *Journal of Travel Research*, Vol: 38, No:3: 239-245.

Işık, S., Duman, K. Ve Korkmaz, A. (2004), “Finansal Krizler: Bir Faktör Analizi Uygulaması”, *D.E.Ü. İ.İ.B.F Dergisi*, 9(1): 45-69.

Kaya, İ. (1997), “Sürdürülebilir Turizmin Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Değerlendirilmesi”, **Basılmamış Doktora Tezi**, Balıkesir Üniversitesi S.B.E.

Karataş, M. ve Ersoy, A. (2012), “Fransız Turistlerin Seyahat Amaçlarının Sosyal, Demografik ve Ekonomik Faktörler Açısından İncelenmesi: Antalya Örneği”, *AÜ Sosyal Bilimler Dergisi* 3(2): 83-101.

Kocapınar, A. (2009), “Sürdürülebilir Turizm ve Çevresel Kuznets Eğrisinin Türkiye Turizmi İçin Geçerliliği”, **Basılmamış Yüksek Lisans Tezi**, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Kozak, M. ve Nield, K. (2004), “The Role of Quality and Eco-Labeling Systems in Destination Benchmarking”, *Journal of Sustainable Tourism*, 12(2):138-148.

Liebenstein, H. (1950), “Bandwagon, Snob and Veblen Effects in the Theory of Consumers’ Demand”, *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 64, No:2: 183-207.

Liu, Z. (2013), “Sustainable Tourism Development: A Critique”, *Journal of Sustainable Tourism*, 11 (6): 459-475.

O’Reilly, A. (1986) ,“Tourism Carrying Capacity”, *Tourism Management*, 7 (4): 146-225.

Pepper, D. (1999) “The Integration of Environment Sustainability Considerations into EU Development Policy: A Case Study of the Leader Initiative in the West of Ireland”, *Journal of Environmental Planning & Management*, 42(2): 167-187.

Sarkım, M.(2007), “Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği”, **Basılmamış Doktora Tezi**, 9 Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Sevim, B. ve Ünlüönen, K. (2010), “İklim Değişikliğinin Turizme Etkileri: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama”, *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 28: 43-66.

Seyhan, G. (2010), “Konaklama Tesislerinde Çevreye Duyarlı Uygulamalar ve Yeşil Pazarlama: Örnekolay Çalışması (Calista Luxury Resort Hotel-Antalya)”, **Basılmamış Doktora Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi S.B.E., İzmir.

Tıraş, H. (2012), “Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevre: Teorik Bir İnceleme”, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İİBF Dergisi* 2: 57-73.

Tosun, C. (2001), “Challenges of Sustainable Tourism Development in The Developing World: The Case Of Turkey”, *Tourism Management* 22: 289-303.

Tülay Ceylan (2001), “Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme”, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi* 12: 169-177.

Wehrli, R. vd. (2011), “Is There Demand for Sustainable Tourism?”, *ITW Working Paper Series*, Lucerne University of Applied Sciences and Arts, Institute of Tourism ITW, Switzerland: 1-153.

Yanardağ, Ö. ve Avcı, M. (2012), “Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme”, *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 3(2): 39-62.

Yasin Bilim vd. (2008), “Turizm Ne Kadar Sürdürülebilir? Turizmin İklim Değişikliklerine Etkileri ve Ürün Geliştirme Yönünde Yeni Fikirler”, **Küreselleşme, Demokratikleşme ve Türkiye Uluslararası Sempozyumu Bildiri Kitabı Antalya**, Ankara: Gazi Kitapevi: 476-485.

Yandle, B. vd. (2004), “Environmental Kuznets Curves: A Review of Findings, Methods and Policy Implication”, *PERC Research Study*, 2(1): 1-38.

Yavuz, E. ve Zığındere, Y. (2000), “Sürdürülebilir Kalkınmanın Turizme Etkisi”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 3, Sayı 4: 323-336.

Yıkılmaz, F. (2011) “Sürdürülebilir Kalkınmanın Ölçülmesi ve Türkiye İçin Yöntem Geliştirilmesi”, **Uzmanlık Tezi**, DPT, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.

c. İnternet

Alada, A., Gülpınar, E. ve Budak S., “Rio Konferansı Üzerine Düşünceler”, <http://www.journals.istanbul.edu.tr/tr/index.php/siyasal/article/download/11940/11202>, (Erişim Tarihi: 14.02.2014).

Alessandro Gali vd., “Türkiye'nin Ekolojik Ayak izi Raporu”, http://awsassets.wwftr.panda.org/downloads/turkiyenin_ekolojik_ayak_izi_raporu.pdf, (Erişim Tarihi: 05.03.2014).

Center for Responsible Travel, Transforming the Way The World Travels, Stanford University:

Washington,DC,http://www.responsibletravel.org/news/Fact_sheets/Fact_Sheet_US_Ecotourism.pdf, (Erişim tarihi: 01.04.2014).

Cittaslow Üyelik Kriterleri, http://cittaslowturkiye.org/?page_id=1549, (Erişim tarihi: 26.04.2014)

Cittaslow, <http://www.cittaslow.org.au/default.asp>, (Erişim Tarihi: 01.05.2014).

Çevre ve Ekolojik Ayak İzi, http://abkamp.ces.metu.edu.tr/files/Tema3_Cevre_EkolojikAyakIzi_Logolu.pdf, (Erişim Tarihi: 05.03.2014).

Çevresel Etki Değerlendirmesi, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11593/cevresel-etki-degerlendirmesi-ced.html>, (Erişim tarihi:04.03.2014).

Çevresel Etki Değerlendirmesi Yönetmeliği, <http://www.mevzuat.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=7.5.18916&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch>, (Erişim tarihi: 04.03.2013).

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (2013), “Travel&Tourism Economic Impact WorldReport”, http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/world2013_1.pdf, (Erişim tarihi:15.03.2014).

Dünya Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi, Johannesburg Uygulama Planı, <http://www.journals.stanbul.edu.tr/tr/index.php/siyasal/article/download/1940/11202>, (Erişim Tarihi:02.02.2014).

Dünya Turizm Örgütü (2013), “Tourism Highlights 2013 Edition”, http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_hr.pdf, (Erişim Tarihi: 15.03.2014).

EU Ecolabel nedir?, <http://www.eko-etiket.org/eko-etiket-nedir.php>, (Erişim Tarihi: 10.04.2014).

Jeffrey D. Sachs, “The Age of Sustainable Development: Introduction to Sustainable Development”, Columbia University, www.coursera.com, (Erişim Tarihi: 21.01.2014).

Köstem, B. (2010), Cittaslow nedir?, http://www.cittaslowseferihisar.org/index.php?option=com_content&view=article&id=55&Itemid=62, (Erişim tarihi: 01.05.2014).

Mavi Bayrak Türkiye, “Türkiye’nin 2014 yılı Mavi Bayrak Plaj ve Marinaları Belli Oldu”, http://www.mavibayrak.org.tr/tr/haberDetay.aspx?haber_refno=113, (Erişim Tarihi: 01.05.2014).

Mexa, A. vd.(2002), “Defining, Measuring and Evaluating Carrying Capacity in European Tourism Destinations”, http://ec.europa.eu/environment/iczm/pdf/tcca_material.pdf, (Erişim Tarihi:01.03.2014).

Muğla Kültür ve Turizm, <http://www.muqlakulturturizm.gov.tr/TR,73714/2012.html>, (Erişim Tarihi: 15.07.2014).

Sustainable Development Solition Network (2013), “An Action Agenda for Sustainable Develoment”, Report for the Un Secretary-General, <http://unsdsn.org> , (Erişim Tarihi: 23.01.2014)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Çevreye Duyarlılık Kampanyası Hakkında Genel Bilgi, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11597/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-hakkinda-genel-bilgi.html>, (Erişim Tarihi: 25.04.2014).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Çevreye Duyarlılık Kampanyası Hakkında Genel Bilgi, <http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,11597/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-hakkinda-genel-bilgi.html>, (Erişim Tarihi: 25.04.2014).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Mavi Bayrak Hakkında Genel Bilgiler, <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11570/mavi-bayrak-hakkinda-genel-bilgiler.html>, (Erişim Tarihi:25.04.2014).

The EU Ecolabel for Tourist Accommodations, <http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/documents/hotels.pdf>, (Erişim Tarihi: 10.04.2014).

Travelife Collection, http://www.travelifecollection.com/search_results, (Erişim tarihi: 10.04.2014).

Turizm Sektörü “Beyaz Yıldız” ile Parlıyor”(2009), <http://www.havuzsauna.com/detay.asp?y=843>, Erişim Tarihi: 25.04.2014).

Turizm Sektöründe Yükselen Algı: Yeşil Oteller, <http://www.turizmdunyasi.com.tr/arsiv/yazi/turizm-sektorunde-yukselen-algy-yeil-oteller>, (Erişim tarihi: 25.04.2014).

Turizm Verileri, www.aktob.org.tr/pdf/AKTOB.Turizm.Verileri.pdf, (Erişim Tarihi: 19.05.2014).

TÜSİAD (2012), **Sürdürülebilir Turizm Raporu**, http://www.tusiad.org.tr/_rsc/shared/file/SurdurulebilirTurizm-rapor.pdf , s.20, (Erişim Tarihi: 17.02.2014).

Türkiye'nin Yeni Sakin Şehri Güneydoğu'dan, <http://fotogaleri.ntvmsnbc.com/turkiyenin-yeni-sakin-sehri-guneydogudan-1.html?position=0> (Erişim Tarihi: 01.05.2014).

UNEP ve UNWTO (2005), “**Making Tourism More Sustainable A Guide for Policy Makers**” , <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0592xPA-TourismPolicyEN.pdf>, s.19, (Erişim Tarihi: 20.02.2014)

UNESCO (2013), What is Meant by “Cultural Heritage”? , <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/illicit-trafficking-of-cultural-property/unesco-database-of-national-cultural-heritage-laws/frequently-asked-questions/definition-of-the-cultural-heritage/>, (Erişim Tarihi: 05.05.2014).

UNESCO, World Heritage List, <http://whc.unesco.org/en/list/>, (Erişim Tarihi: 05.05.2014); Edgell, s. 58.

What is Travelife?, http://www.travelifecollection.com/about_travelife, (Erişim Tarihi: 10.04.2014).

WTO (1996), Agenda 21 for The Travel and Tourism Industry, <http://www.worldtourism.org/sustainable/doc/a21-def.pdf>, (Erişim tarihi:14.02.2014)

Wikipedia, Cittaslow, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Cittaslow>, (Erişim Tarihi: 26.04.2014).

EK-I

YABANCI TURİST ANKETİ

EK-1



Dear Guest,

This questionnaire has been prepared as a part of research project which aims to investigate the effect of sustainable tourism on tourism demand. Please be assured that the findings will be kept confidential and will only be used for academic purposes. The questionnaire takes about 10 minutes to complete and will provide very valuable information. Thank you very much in advance for your assistance.

PART I: SUSTAINABLE TOURISM DEMAND

1. How important are the following sustainable tourism-related factors on your choice of accommodation and destination?

Factors	Much important	Important	Unimportant	Not important at all	Neither important nor unimportant
The protection of historical, cultural and natural heritage	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Convenience of transportation infrastructure and incentive regulations for public transportation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Environmental messages in the information and booking by e-mail (please don't forget the environmental responsibilities before printing etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The protection and support of natural environment, habitat, biological diversity and wildlife	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conduction of satisfactory studies to be a brand destination on the sustainability	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Availability of clean beach and sea water	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The regulations for the control and reduction of the noise pollution	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Use of renewable energy in the touristic facility	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The completion of energy, water and recycling infrastructure by the regional or local authorities in the destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The activities, projects and support of the regional or local authorities and private sector representatives about the sustainability at the destination.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The projects of the non-governmental organizations activities on the tourism related with the issue (Green star: certificate given to the hotels which are sensitive to the environment, White star: certificate given to the hotels which are within the content of the sustainable environmental projects)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To have "Travelife" which is an international certificate supporting the sustainable tourism of accommodation facilities in the destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
To contact and communicate with local people by the point of understanding the cultural structures of region.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Use of sufficient recycle bins in the accommodation facilities and destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contribution to the local economy in the destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Use of the public transport vehicles, buggy (rechargeable, silent and environment friendly vehicles) and bicycle during the transportation of the guests to the city center and other touristic locations.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Branding of the tourism centers under the name of Cittaslow and increase of destinations having that title (Cittaslow's goals include improving the quality of life in towns by slowing down its overall pace, especially in a city's use of spaces and the flow of life and traffic through them.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The protection of environment, the presence of projects and policies of the accommodations facilities or destination for this purpose	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Having educated and consciousness staff about the sustainability in the accommodations facilities and destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Having intact nature and bay	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Having green incentives (ex: use of green energy, water saving, electricity saving) in the accommodation facilities and destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Having of professional eco-labels within the scope of sustainable tourism in the accommodation facilities and destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The protection of scenic areas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Use of local service and products	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Convenience of weather and climate	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
The risk of being overcrowded and exceeding of carrying capacity	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Having Blue Flag beaches and marinas of the accommodations facilities or destination	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acquaint of activities within the scope of sustainable tourism by using social media by the regional or local authorities of destination and accommodation facilities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Being present environment friendly practices in the accommodation facilities (change of the sheets as optional, automatically shutdown of air conditions when the windows are opened etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Accessing to local amenities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Create the ecological footprint awareness within sustainability	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. I prefer the accommodation facilities which offers sustainable tourism product instead of others.

Strongly disagree Disagree Uncertain Agree Strongly agree

3. I am willing to pay more for the sustainable tourism product.

Strongly disagree Disagree Uncertain Agree Strongly agree

4. In my opinion, the regulations within the context of sustainability are more important than the price.

Strongly disagree Disagree Uncertain Agree Strongly agree

5. Have you ever booked sustainable tourism product?

Yes No

PART II: ABOUT YOU AND YOUR HOLIDAY IN TURKEY

6. Nationality? : ----- 7. Marital status: Single Married Living with partner

8. Gender: Male Female 9. Age: 15-24 25 -34 35-44 45-54 55-64 65 and over

10. Occupation: (If you are retired, please state it as 'retired': -----

11. Through which channel have you booked your holiday?

Travel Agency Internet (holiday website, holiday portal) Directly from hotel (website, phone, etc.) Other

12. Did you use social media (twitter, facebook, instagram, blogger) to obtain information to book your holiday?

Yes No

13. Excluding you, how many people are travelling on this trip? ----- 14. Type of accommodation used: -----

15. Who did you come with? Alone with family with partner with friends

16. Which group best describes your annual household income? (after tax in Euro)

<input type="checkbox"/> under 5000	<input type="checkbox"/> 5.000-9.999	<input type="checkbox"/> 10.000-14.999	<input type="checkbox"/> 15.000-19.999
<input type="checkbox"/> 20.000-24.999	<input type="checkbox"/> 25.000-29.999	<input type="checkbox"/> 30.000-39.999	<input type="checkbox"/> 40.000- over

17. Education: Primary Secondary High school University Master Doctorate

18. Length of your holiday: 1-3 days 4-7 days 8-10 days 11-14 days 15-over

PART III: MORE TO SAY

19. Overall, please share with us if you have any additional point and suggestion about sustainable tourism.

THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR COOPERATION AND PATIENCE.

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Nur ÇELİK

Doğum Yeri : Köyceğiz

Doğum Yılı : 1987

Medeni Hali : Bekar

EĞİTİM VE AKADEMİK BİLGİLER

Lise 2001-2005 : Köyceğiz Anadolu Lisesi

Lisans 2006-2010 : Mersin Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik

Yabancı Dil : İngilizce

MESLEKİ BİLGİLER

2014- : Köyceğiz Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, Uzman Öğretici

2013.-2014 : Doğuş Grubu, D-Otel Göcek, Rezervasyon Memuru

2011-2013 : Swissotel Göcek, Ön Büro Memuru