

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ PROGRAMI
DOKTORA TEZİ

**SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA
BÖLGESEL PLANLAMA VE TURİSTİK ÜRÜN
OLUŞUMU: ALTINOLUK ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR
ARAŞTIRMA**

Şefik Okan MERCAN

Danışman
Prof. Dr. Öcal USTA

2010

Yemin Metni

Doktora Tezi olarak sunduğum ‘‘Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bölgesel Planlama ve Turistik Ürün Oluşumu: Altınoluk Örneği Üzerine Bir Araştırma’’ adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

16/03/2010

Şefik Okan MERCAN

İmza

DOKTORA TEZ SINAV TUTANAĞI

Öğrencinin

Adı ve Soyadı : Şefik Okan MERCAN
Anabilim Dalı : Turizm İşletmeciliği
Programı : Turizm İşletmeciliği
Tez Konusu : Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bölgesel
Planlama ve Turistik Ürün Oluşumu: Altınoluk Örneği Üzerine Bir Araştırma
Sınav Tarihi ve Saati :

Yukarıda kimlik bilgileri belirtilen öğrenci Sosyal Bilimler Enstitüsü'nün tarih ve Sayılı toplantısında oluşturulan jürimiz tarafından Lisansüstü Yönetmeliğinin 30.maddesi gereğince doktora tez sınavına alınmıştır.

Adayın kişisel çalışmaya dayanan tezini dakikalık süre içinde savunmasından sonra jüri üyelerince gerek tez konusu gerekse tezin dayanağı olan Anabilim dallarından sorulan sorulara verdiği cevaplar değerlendirilerek tezin,

BAŞARILI OLDUĞUNA O OY BİRLİĞİ O
DÜZELTİLMESİNE O* OY ÇOKLUĞU O
REDDİNE O**

ile karar verilmiştir.

Jüri teşkil edilmediği için sınav yapılamamıştır. O***
Öğrenci sınava gelmemiştir. O**

* Bu halde adaya 6 ay süre verilir.
** Bu halde adayın kaydı silinir.
*** Bu halde sınav için yeni bir tarih belirlenir.

Tez, burs, ödül veya teşvik programlarına (Tüba, Fulbright vb.) aday olabilir. Evet
Tez, mevcut hali ile basılabilir. O
Tez, gözden geçirildikten sonra basılabilir. O
Tezin, basımı gerekliliği yoktur. O

JÜRİ ÜYELERİ Başarılı Düzeltme Red İMZA
..... Başarılı Düzeltme Red
..... Başarılı Düzeltme Red
..... Başarılı Düzeltme Red
..... Başarılı Düzeltme Red

ÖZET

Doktora Tezi

Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Bölgesel Planlama ve Turistik Ürün Oluşumu: Altınoluk Örneği Üzerine Bir Araştırma

Şefik Okan MERCAN

Dokuz Eylül Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Turizm İşletmeciliği Programı

İnsanların gelirlerinin ve boş zamanlarının artması, taksitli tatil olanakları, teknolojiye hızlı gelişmeler gibi birçok faktör dünyada ve ülkemizde turizm hareketlerinde artışlar görülmesine neden olmaktadır. Bu sayede hızla büyüyen turizm sektörü, insanların yoğun iş temposundan ve hayatın stresinden uzaklaşarak dinlenmelerine ve eğlenceli vakit geçirmelerine fırsat tanımaktadır.

Turizmin gelişmesi sırasında turizmin temel değerleri niteliğindeki doğal ve sosyo-kültürel kaynaklar düzeltilemeyecek şekilde zarar görebilmektedir. Bu zararlardan kaçınmak için, 1970'li yıllarda ve sonrasında sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm kavramları ortaya çıkmıştır.

Kaynakların korunarak gelecek kuşakların da kullanımına olanak tanınması yönündeki sürdürülebilirlik kavramının turizme uyarlanması sırasında turizmin planlama çalışmalarının önemi de ortaya çıkmaktadır. Planlama kavramı birçok alanın olduğu gibi turizmin de gelişimi için son derece gereklidir. Turizm planlaması bölgeler içi, ulusal, bölgesel, yerel ve sektörel ölçeklerde uygulanmaktadır. Planlama yapılmadan turistik hizmetlerin, ürünlerin, bölgelerin geliştirilmesi olanaksız görülmektedir.

Altınoluk özellikle son yıllarda değeri gittikçe artan turistik bir bölgedir. Havası, suyu başta olmak üzere doğal, tarihi ve kültürel değerleriyle Altınoluk, gelecekte ülkemizin en önemli turizm merkezlerinden biri olma yönünde hızlı bir ilerleme göstermektedir. Bu anlamda Altınoluk'un bu hızlı gelişiminin sürdürülebilir kapsamda bir planlama dahilinde yapılmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Bölgesel Turizm Planlaması, Turistik Ürünler, Altınoluk.

ABSTRACT

Doctoral Thesis

Regional Planning and Touristic Product Formation in Extension of Sustainable Tourism: A Research on Altınoluk Case

Şefik Okan MERCAN

Dokuz Eylül University

Institute of Social Sciences

Department of Tourism Administration

Tourism Administration Program

Many factors such as increasing of people's earnings and leisure times, installment opportunities for vacations, rapid developments in technology and some of the other factors causes increase in toursim movements in our country and in the world. Thus, tourism sector which is developing quickly enables people to rest and spend enjoyable time by relieving them from business life tempo and stress of life.

During the development of tourism, natural and socio-cultural resources which are the main values of tourism can be damaged in an inexpiable way. To avoid these damages, the concepts of sustainability, sustainable development, sustainable tourism are arised in the world.

The concept of sustainability means maintaining the resources not only for this generation but also for the future generation. Concerning to this, a new concept which is called tourism planning is becoming important. Planning is so necessary for tourism as the other sectors. Tourism planning is applied in five scales that are inside the region, national, regional, local and sectoral planning. It seems impossible to improve tourism goods, services, products and regions without a proper planning.

Altınoluk which is mostly famous for its fresh air and spring water has many natural, historical and cultural values. With all these characteristics Altınoluk is making a huge progress on the way of being one of the most important tourism centers and tourism attractions in our country. That's why it is obvious that it is a necessity to plan this rapid improvement of Altınoluk within the context of sustainable tourism.

Keywords: Sustainability, Regional Tourism Planning, Touristic Products, Altınoluk.

**SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAPSAMINDA BÖLGESEL PLANLAMA VE
TURİSTİK ÜRÜN OLUŞUMU:
ALTINOLUK ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

İÇİNDEKİLER

YEMİN METNİ	ii
TUTANAK	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISALTMALAR	ix
TABLOLAR LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
GİRİŞ	1

**BİRİNCİ BÖLÜM
SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM**

1.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI.....	3
1.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA	6
1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM.....	14
1.3.1. Sürdürülebilir Turizmin Ortaya Çıkması ve Gelişimi.....	17
1.3.2. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri.....	22
1.3.3. Sürdürülebilir Turizmin Amaçları.....	25
1.3.4. Sürdürülebilir Turizm ve Çevre İlişkisi	26
1.3.4.1. Sürdürülebilir Turizm ve Toplumsal Çevre	28
1.3.4.2. Sürdürülebilir Turizm ve Fiziksel Çevre	29
1.3.4.3. Sürdürülebilir Turizm ve Çevre İlişkisi Belirleyicileri.....	31
1.3.4.3.1. Çevresel Planlama.....	31
1.3.4.3.2. Taşıma Kapasitesi	32
1.3.4.3.3. Çevresel Etki Değerlendirmesi	34
1.3.4.3.4. Çevre Hukuku	35

İKİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL PLANLAMA VE TURİSTİK ÜRÜN OLUŞUMU

2.1. BÖLGESEL PLANLAMA	37
2.1.1. Turizm Planlaması	39
2.1.1.1. Turizm Planlamasının Gelişim Süreci	45
2.1.1.2. Turizm Planlamasının Özellikleri	48
2.1.1.3. Turizm Planlamasının Türleri	51
2.1.1.3.1. Büyüklüğü Bakımından Plan Türleri	51
2.1.1.3.2. Süresi Bakımından Plan Türleri	52
2.1.1.3.3. Kapsamı Bakımından Plan Türleri	53
2.1.2. Bölgesel Turizm Planlaması	53
2.1.2.1. Bölgesel Turizm Planlamasının İlkeleri	55
2.1.2.2. Bölgesel Turizm Planlamasının Aşamaları	56
2.1.2.2.1. Hazırlık Aşaması	57
2.1.2.2.2. Arzın ve Talebin Planlanması	58
2.1.2.2.3. Kaynakların Korunması ve Geliştirilmesi	59
2.1.2.2.4. Bölgesel Turizm Planlaması Tekniği ve Süreci	59
2.2. TURİSTİK ÜRÜN	63
2.2.1. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar	65
2.2.2. Turistik Ürünün Özellikleri	66
2.2.3. Turistik Ürünün Bileşenleri	68
2.2.4. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi	70
2.2.5. Turistik Ürünün Yaşam Dönemleri	71
2.2.6. Turistik Ürünün Pazardaki Durumunu Belirleme	72
2.2.7. Turistik Ürünün Fiyatlandırılması	74
2.2.8. Turistik Ürün Politikası ve Planlanması	75
2.3. BÖLGESEL TURİSTİK ÜRÜN VE TURİSTİK ÜRÜNÜN BİLEŞENLERİ	79
2.3.1. Bölgesel Turistik Ürünü Tutundurma Faaliyetleri	80
2.3.2. Bölgesel Turistik Ürünün Dağıtımı	82
2.3.3. Bölgesel Turistik Ürünün Fiyatlandırılması	85

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ALTINOLUK ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	86
3.2. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE ÖNEMİ	86
3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ARACI.....	87
3.4. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI	88
3.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	88
3.6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI	89
3.6.1. Altınoluk’la İlgili Bulgular.....	89
3.6.1.1. Altınoluk’la İlgili Genel Bulgular	90
3.6.1.2. Altınoluk’un Tarihsel Özellikleri	93
3.6.1.3. Altınoluk’un İklimle İlgili Özellikleri.....	95
3.6.1.4. Antandros Antik Kenti	100
3.6.1.5. Altınoluk’taki Turistik Alanlar	101
3.6.1.6. Altınoluk’la İlgili SWOT Analizi.....	103
3.6.1.7. Altınoluk’la İlgili Mevcut Sorunlar.....	105
3.6.1.8. Altınoluk’la İlgili Planlama Çalışmaları	109
3.6.2. Demografik Değişkenlere Ait Bulgular	113
3.6.3. Diğer Bulgular	123
SONUÇ VE ÖNERİLER	134
KAYNAKÇA.....	143
EKLER.....	160
EK 1: Yerli Turiste Yönelik Anket Formu.....	160
EK 2: Edremit Körfezi ve Çevresini Gösteren Harita.....	163

KISALTMALAR

v.b.	ve benzeri
WTO	World Tourism Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
UNEP	United Nations Environment Programme
SPA	Salus Per Aquam (Suyla gelen iyilik)
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats
GÜMÇED	Güney Marmara Çevre ve Koruma Derneği
SPSS	Statistical Programme for Social Science
ATAK	Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı Kıyı Yönetimi
ÇED	Çevresel Etki Değerlendirmesi

TABLolar LİSTESİ

Tablo 1: Turizmde sürdürülebilir gelişim	s. 21
Tablo 2: Temel turizm planlaması süreci	s. 50
Tablo 3: Edremit'in aylara göre ortalama, en yüksek, en düşük sıcaklık değerleri (1999-2008)	s. 97
Tablo 4: Edremit'in aylara göre en çok ve ortalama yağış değerleri (1999-2008)	s. 97
Tablo 5: Edremit'in aylara göre en çok ve ortalama rüzgâr hızı değerleri (1999-2008)	s. 98
Tablo 6: Edremit'in aylara göre ortalama nem değerleri (1999-2008)	s. 99
Tablo 7: Ayvalık'ın aylara göre ortalama deniz suyu sıcaklık değerleri (1998-2008)	s. 99
Tablo 8: Katılımcıların geldikleri illere/ülkelere göre dağılımı	s. 113
Tablo 9: Katılımcıların yaşlarına göre dağılımı	s. 114
Tablo 10: Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı	s. 114
Tablo 11: Katılımcıların mesleklerine göre dağılımı	s. 115
Tablo 12: Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımı	s. 115
Tablo 13: Katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre dağılımı	s. 116
Tablo 14: Katılımcıların tatile kiminle çıktıklarına göre dağılımı	s. 116
Tablo 15: Katılımcıların konaklama tercihlerine göre dağılımı	s. 117
Tablo 16: Katılımcıların bölgeye geliş şekillerine göre dağılımı	s. 117
Tablo 17: Katılımcıların bölgeye geliş amaçlarına göre dağılımı	s. 118
Tablo 18: Katılımcıların bölgeye kaçınıcı defa gelişlerine göre dağılımı	s. 119
Tablo 19: Katılımcıların bölgeyi tercih etmelerinde bölgenin hangi özelliklerinin etkili olduğuna göre dağılımı	s. 119
Tablo 20: Katılımcıların bölgede hangi etkinliklere katıldıklarına göre dağılımı	s. 120
Tablo 21: Katılımcıların bölgenin hangi özelliklerinden memnun olduklarına göre dağılımı	s. 121

Tablo 22: Katılımcıların bölgenin hangi özelliklerinden rahatsız olduklarına göre dağılımı	s. 122
Tablo 23: Katılımcıların bölgedeki mevcut hizmetleri yeterli bulup bulmadıklarına göre dağılımı	s. 123
Tablo 24: Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden memnun olma durumları arasındaki ilişki	s. 124
Tablo 25: Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden memnun olma durumları arasındaki ilişkinin hangi alt değişenlerden kaynaklandığıyla ilgili çoklu karşılaştırma analizi	s. 126
Tablo 26: Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden rahatsız olma durumları arasındaki ilişki	s. 129
Tablo 27: Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden rahatsız olma durumları arasındaki ilişkinin hangi alt değişenlerden kaynaklandığıyla ilgili çoklu karşılaştırma analizi	s. 130
Tablo 28: Katılımcıların gelir düzeyleriyle, onların bölgedeki etkinliklere katılması arasındaki ilişki	s. 132

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Ürün ayrımı	s. 64
Şekil 2: Tüketici Pazarlama Kanalları	s. 83
Şekil 3: Turizm Endüstrisindeki Malların, Hizmetlerin ve Olanakların Turistlere Ulaşması	s. 84

GİRİŞ

Turizm, önemi günden güne artan ve hızlı bir gelişme gösteren bir sektördür. Her yıl milyonlarca insan turistik seyahatlerde bulunmakta ve turistik mal ve hizmetlerden yararlanmaktadır. Ekonomik, toplumsal ve çevresel boyutlarıyla turizm, ülkelerin ve bölgelerin gelişebilmesi için son derece önem arz etmektedir.

Gelişen turizm sektörünün olumlu ve olumsuz birçok etkisi bulunmaktadır. Turizm gelişiminin döviz getirisi, istihdam yaratması, çevresel değerlere önem verilmesi gibi olumlu etkilerinin yanında, çevresel ve sosyo-kültürel yapıya ve kaynaklara zararları da söz konusudur. Bu zararlar bazen düzeltilemeyecek kadar ciddi boyutlara ulaşabilmektedir.

Ülkelerin ve bölgelerin gelişmesinin doğurduğu olumsuz sonuçlardan yola çıkılarak, bugünkü kuşakların gereksinimlerinin gelecek kuşakların gereksinimleri dikkate alınarak karşılanması anlamındaki sürdürülebilirlik kavramı üzerinde durulmaktadır. Bu kavram daha sonra kalkınma ve turizme de uyarlanarak sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm gibi başka yeni kavramların ortaya çıkmasına kaynaklık etmiştir. Sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm kavramları özellikle son yıllarda üzerinde önemle durulan konular haline gelmiştir.

Turizmin temel kaynakları olan çevresel, sosyo-kültürel, tarihi değerlerin korunarak geliştirilmesi, sürdürülebilir turizmin asıl amacının oluşturmaktadır. Bu sayede korunan ve geliştirilen kaynaklar, gelecek kuşakların da hizmetine sunulabilecektir. Dolayısıyla turizm kısa vadeli değil uzun vadeli düşünmeyi ve bu kapsamdaki çalışmaları gerektirmektedir.

Planlama yapılmadan gerçekleştirilmek istenen bir işin başarıya ulaşma şansı yok denecek kadar azdır. Turizmin gelişiminin de istenilen düzeyde olabilmesi, bu gelişimin bir planlama dahilinde gerçekleştirilmesiyle doğru orantılıdır. Turistik bir bölgenin gelişim sürecinin planlama çalışmaları kapsamında gerçekleştirilmesi, o bölgenin gelişiminin ve bölgedeki turistik ürünlerin yapısının istenilen düzeyde

olmasını sağlamaktadır. Bu sayede söz konusu bölgedeki mevcut ve geliştirilmesi düşünülen turistik ürünler artan rekabet koşulları karşısında yok olma tehlikesinden uzaklaşmış olacaktır.

Çalışma alanı olan Altınoluk, son yıllarda turizmin hızlı gelişme gösterdiği bir bölgedir. Çalışma, Altınoluk'un sürdürülebilir turizm kapsamında bölgesel planlaması ve turistik ürün oluşumu üzerinedir. Çalışmada bir bölgenin ekonomik, sosyal, fiziki yönden bütünleşmesinin sağlanması anlamındaki bölgesel planlama kapsamında Altınoluk'un turizm planlaması çalışmaları üzerinde durulmuştur. Çalışmada ayrıca, bölgedeki mevcut turistik ürünlerin korunarak geliştirilmesi ve yeni turistik ürünler oluşturulması, sürdürülebilirlik kapsamında değerlendirilmiştir. Buna göre çalışmanın birinci bölümünde, sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir turizm kavramları üzerinde durulmuş, turizm ve çevre ilişkisi incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde, bölgesel planlama ve turistik ürün oluşumu konuları ele alınmıştır. Bu bölümde ayrıca planlama türlerine, bölgesel turizm planlaması aşamalarına, turistik ürünün bileşenlerine değinilmiştir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde, öncelikle araştırmanın amacı, önemi, konusu, yöntemi, kapsamı ve sınırlılıkları üzerinde durulmuştur. Daha sonra çalışmanın uygulama alanı olan Altınoluk'la ilgili bilgilere ve bölgede yapılan anket çalışmasının sonuçlarına ayrıntılı olarak yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

1.1. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI

Bireylerin boş zamanlarının, eğitim ve gelir düzeylerinin artması, uygun ve taksitli tatil olanakları, ulaşımdaki ve teknolojideki gelişmeler turizmin önemini her geçen gün daha da arttırmaktadır. Her yıl milyonlarca insan turizm amaçlı seyahatler yapmaktadır. Buna bağlı olarak turizmin olumlu ve olumsuz etkileri söz konusudur. Bu etkilerin değerlendirilmesi esnasında sürdürülebilirlik kavramı da gündeme gelmiştir. Dünyadaki bütün ülke ve bölgeler, ekonomik büyümeyi gerçekleştirmek ve aynı zamanda çevrelerini de korumak ve geliştirmek durumundadır (Gezici, 2006: 444). Dolayısıyla, turizmin geliştirilmesinin gerekliliğinin yanında, çevrenin korunması ve geliştirilmesi de son derece önemlidir.

Sürdürülebilirlik kavramı ve bu kavramla ilgili yaklaşımların temeli 1970’li yıllara dayanmaktadır. 5 Haziran 1972’de Stockholm’de yapılan konferansta sürdürülebilirlik ve ilgili kavramların altı çizilmiştir. Bu konferansta, 5 Haziran’ın “Dünya Çevre Günü” ilan edilmesine de karar verilmiştir (Çavuş ve Tanrısevdi, 2000: 151). 1980 yılında, Uluslararası Doğayı Koruma Birliği’nce (The International Union for the Conservation of Nature), kalkınmayla çevrenin sürdürülebilir boyutta bütünleşmesi gerektiğini savunulmuş ve bu bağlamda bir doğayı koruma stratejisi hazırlanmıştır (Dodds, 2007: 279). Daha sonraki yıllarda, 1987’deki Brundtland Raporu, 1992’deki Rio Konferansı ve 2002 yılındaki Johannesburg Zirvesi, sürdürülebilirliğin önemini belirttiği ve konuyla ilgili kararların alındığı diğer önemli görüşmelerdir. Brundtland Raporu’nda genel hatlarıyla, yoksulluğun ortadan kaldırılması, doğal kaynaklardan yararlanmada eşitliğin sağlanması, nüfus kontrolü ve çevreye duyarlı teknolojilerin geliştirilmesi gibi konular sürdürülebilir kalkınma ile ilişkilendirilmiştir (www.tobb.org.tr). Sürdürülebilirlik terimi ve düşüncesi, Brundtland Raporu ile turizme de uyarlanmaya başlamıştır (Collados, 1999: 441; Mansfeld ve Jonas, 2006: 583). Bu rapordan önce, sürdürülebilirlik ve turizmdeki

büyüme sınırlarıyla ilgili bazı akademik ve politik tartışmalar yapılmıştır. Ancak raporla birlikte, sürdürülebilirlik, turizm ve turizm yönetimiyle ilgili politikalar hakkındaki tartışmalar temel bir konu haline gelmiştir (Saarinen, 2006: 1122-1123).

Sürdürülebilirlik açısından son derece önemli olan Rio Konferansı'nda altı konu öne çıkmıştır. Bunlar; temel ilkelerin ilanı, yasal anlaşmalar, Gündem 21, yeni finansal kaynaklar, teknoloji transferi ve kurumsal süreçleri güçlendirme başlıkları altında toplanmıştır (Mowforth ve Munt, 1998: 23). Rio Konferansı'nda görüşülen raporlar arasında öne çıkan Gündem 21'de, sürdürülebilir turizmin gelişimi konusunda, devletler için dokuz, özel sektör için de on amaç belirlenmiştir (Berry ve Ladkin, 1997: 434).

Gündem 21, dünya çevresinde turizm gelişme planlarını saptamayla ilgili ilk çalışma olarak düşünülmektedir (Baidal, 2004: 318; Harrison, Jayawardena ve Clayton, 2003: 295). Gündem 21'de, tüm ülkelerde ekonomik amaçlı olarak yürütülen faaliyetlerin çevreye olan zararlarının ortadan kaldırılması üzerinde önemle durulmuştur (Uçkun ve Türkay, 2008). Bu belge, dünya üzerindeki toplumların kendilerine özel sürdürülebilirlik planlarını geliştirmelerini ve bireylerin de kendi günlük yaşamlarında sürdürülebilir uygulamalara yer vermelerini içermektedir. Gündem 21'de ayrıca, bireylerin kendi özel durumlarıyla ilgili sosyal, ekonomik ve çevresel kararların alınması, yaşama ve çalışma alanlarının geliştirilmesi ve kentsel yetersizliklerin düzeltilmesine yönelik amaçlar da belirlenmiştir (Schively, 2006: 770). Türkiye'nin de içinde bulunduğu 182 ülke, Gündem 21 raporunu imzalayarak, ulusal düzeyde sürdürülebilirlikle ilgili gerekli izleme programlarını hazırlamayı kabul etmiştir (Scharpf, 1999: 17).

Günümüzde büyük öneme sahip sürdürülebilirlik kavramı en temel şekilde, "Çevreyle ve doğal kaynaklarla ilgili büyüme" olarak ifade edilebilir (Mowforth ve Munt, 1998: 22). Sürdürülebilirliğin kelime anlamı, belirli bir ekosistemin ya da sürekliliği olan bir durumun, kesintisiz olarak, bozulmadan, aşırı kullanım sonucu tükenmeden veya temel kaynaklara aşırı yüklenilmeden devamının sağlanmasıdır (Çakılcıoğlu, 2000; Sezgin ve Kalaman, 2008: 429). Sürdürülebilirlik başka bir

tanıma göre, “Küresel nüfusun zamanla artan ortalama refah düzeyi” olarak tanımlanmaktadır (Garrod ve Fyall, 1998: 203). Bir başka tanıma göre sürdürülebilirlik, “İnsanların faaliyetleriyle, onların doğal, sosyal ve kültürel çevreleri arasında uyumun söz konusu olduğu bir denge durumu” olarak ifade edilmektedir (Demir ve Çevirgen, 2006: 95; Middleton ve Hawkins, 1998: 247). Birçok yazar tarafından kabul edilen bir tanıma göre sürdürülebilirlik, “Gelecek kuşakların gereksinimlerini dikkate alarak bugünkü kuşakların gereksinimlerinin karşılanması” olarak tanımlanmıştır (Ceylan, 2001: 170; Dunham, 2009; Garrod ve Fyall, 1998: 200; Mowforth ve Munt, 1998: 24; Özbey, 2008: 136; Sinclair ve Jayawardena, 2003: 404; Yavuz ve Zığındere, 2000: 327; www.un-documents.net). Tanımdan da yola çıkarak, tüm toplumsal oluşumlardaki kültür varlıklarının ve çevrenin korunmasından ekonomik etkinliklere kadar her konuda, sürdürülebilirliğe gerekli önemin verilmesi gerekmektedir (Scharpf, 1999: 17).

Blowers (1993), sürdürülebilirliği beş ayrı amacı kapsayacak şekilde tanımlamıştır (Schively, 2006: 771). Bu amaçlar; kaynakların korunması, insan tarafından oluşturulmuş yapay çevre, çevresel kalite, sosyal eşitlik ve politik katılımdır. Başka bir yazar ise kendi yerel planlarını değerlendirmede farklı sürdürülebilirlik ilkeleri kullanmıştır (Schively, 2006: 771). Bunlar; doğayla uyum, yaşanabilir insan tarafından oluşturulmuş yapay çevre, alan temelli ekonomi, eşitlik, kirletenin bedeli ve bölgesel sorumluluktur.

Sürdürülebilirlik kavramının yedi temel ilkesi vardır. Bunlar şu şekilde ifade edilebilir (Tuna, 2007: 27-28):

1) Gelecek kaygısı: Gelişmelerin olası olumlu ve olumsuz sonuçları, politikacıların ve iş dünyasının öngörülülerinden daha kapsamlı olarak ele alınmalıdır.

2) Kuşaklar arası eşitlik: Günümüz kuşaklarının, gelecek kuşakların haklarını engellemeden kaynakları dengeli kullanması sağlanmalıdır. Böylece kaynaklar kuşaktan kuşağa aktarılmalıdır.

3) Katılım: Tüm toplumsal ve politik gruplar gelişmelerle ilgili konularda tartışma ve karar alma süreçlerine katılmalıdır.

4) Ekonomik ve çevresel etkenlerin dengesi: Kararlar, ekonomik etkenlerden daha geniş bir boyutta ele alınarak, çevresel etkenler gelişmenin temel etkenleri arasına yükseltilmelidir.

5) Çevresel kapasiteler: Bütün çevresel etkiler, ekolojik dengeyi bozmayacak şekilde değerlendirilmelidir.

6) Niceliksel unsurlar kadar niteliksel unsurlara da dikkat edilmesi: Kararların alınmasında, düşük maliyet ilkesine değil, uzun vadede en az çevresel zarar ilkesine dikkat edilmelidir.

7) Yerel ekosistemlerin dikkate alınması: Gelişmelerde yerel, toplumsal, ekolojik, politik ve tarımsal v.b. sistemlerin sürdürülebilirliğine önem verilmelidir.

Sürdürülebilirlikle ilgili gelişme çerçevesinde “3E” sembolünden bahsedilmektedir. Bunlardan ekolojiyi ifade eden E1, önemli bilimsel ilkelerin altını çizdiği taşıma kapasitesinden, yenilebilir kaynakları tüketme oranlarından, kabul edilebilir gelişmenin sınırlarından v.b. oluşmaktadır. E2, gerçek dünyada karar vermeyi belirleyen ekonomik gerçekliği ileri süren ekonomik öneme vurgu yapmaktadır. E3 ise, etik düşünceleri açıklamaktadır (Richards ve Hall, 2006: 103).

1.2. SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA

Kalkınma, iyileşme ve gelişmeye kılavuzluk eden değişimi göstermektedir. Kalkınma net bir şekilde değişimi içermektedir. Kalkınma ve gelişme kavramları aynı anlama gelmemektedir. Gelişme, ekonominin fiziksel büyümesini içermektedir.

Buna bağlı olarak, kalkınmanın amaçları Şu Şekilde sıralanabilir (Sinemillioğlu, 2009: 249):

- Yaşamın devam ettirilebilmesinin temelinde yatan malların elde edilebilirliğinin arttırılması ve yaygınlaştırılması,
- Yaşam seviyesinin s¼rekli yükseltilmesi,
- Sosyal ve ekonomik yapının alt ve ¼st sınırlarının genişlemesi.

Kalkınma, bir ¼lkede herkesin daha y¼ksek bir refah seviyesine y¼kselmesi ve tarım alanında, sanayi ve hizmetler alanlarında dengeli bir verim artıŐının sağlanması olarak ifade edilmektedir. Kalkınma denildiği zaman iktisadi kalkınma (kişisel verim ve gelir atıŐı), sosyal kalkınma (herkesin t¼m hizmetlerden yararlanabilmesi ve dengeli bir gelir dağılımı) akla gelmektedir. Kalkınmada ¼nemli olan, herkesin gelirini ve refah d¼zeyinin y¼kselmesidir (Milli G¼venlik Kurulu Genel Sekreterliği, 1993: 31).

Genel olarak kalkınma, insanların yaşam Şartlarını geliştirmek için çaba harcanan bir s¼reci ifade etmektedir. Kalkınma, sadece insanların zenginliğini arttırmakla ilgili değildir. Ayrıca kalkınma, sadece ekonomik b¼y¼meyi içermez; insan ve kurumlardaki deęiŐmeleri de içerir. Yani kalkınma, yaşam kalitesiyle bağlantılı olan ortalama yaşam s¼resi, bebek ¼l¼m oranı, eğitim d¼zeyi, temel ¼zg¼rl¼klere erişim, beslenmeye ilişkin durumlar ve manevi sağlık gibi konular ¼zerinde daha fazla durulmasını gerektirir. Kalkınma, sadece teknik olarak m¼hendislik faaliyetleriyle ilgili değil, tarihi, k¼lt¼rel, sosyal, ekonomik ve politik gerçekleri de içermektedir. Ayrıca kalkınmayla ilgili baŐarıları geleceğe taŐımak, bu yolla gelecek kuşakların daha k¼t¼ye gitmemesini sağlamak için de s¼rd¼r¼lebilir kalkınmaya vurgu yapılmalıdır. S¼rd¼r¼lebilir kalkınmanın başarılı bir Şekilde uygulanması b¼t¼nleŐik politika, planlama ve ¼ęrenme s¼recini gerektirir. S¼rd¼r¼lebilir kalkınmanın gerçekleşebilmesi, insanların, devletlerin, sosyal kurumların ve ¼zel sekt¼r¼n tam desteğine bağlıdır (Tosun, 2001: 290).

Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı, turizmin doğal, kültürel ve diğer kaynaklarının, mevcut topluma olan yararları devam ettirilerek ve gelecek kuşaklar da düşünülerek korunmasını ifade eder (WTO, 1994: 7). Sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı, turizmin planlamasında ciddi bir öneme sahiptir. Çünkü turizm kalkınması, doğal çevreyle, tarihi mirasla ve kültürel yapıyla bağlantılı çekiciliklere ve etkinliklere dayanmaktadır. Eğer bu kaynaklar zarar görürse, turizm alanları turistik çekiciliklerini kaybeder ve turizm faaliyetlerinde başarısız olunur (WTO, 1994: 7).

Sürdürülebilir kalkınma, endüstrileşmenin doğal çevreye verdiği zararı engelleme temelini içeren bir kavramdır. Bu yüzden sürdürülebilir kalkınma, kuşaklar arası eşitliğin ve dengenin sağlanabilmesi için son derece önemlidir (Emeksiz, 2007: 147). Sürdürülebilir kalkınma teriminin iki bileşeni vardır. Bunlar; kalkınmanın anlamı ve sürdürülebilirlik için gerekli şartlardır.

Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir turizm ve sürdürülebilir kalkınma kavramları, sık sık birbirinin yerine kullanılmaktadır. Ancak bu üç kavram birbirinden farklı anlamlar taşımaktadır. Buna göre sürdürülebilirlik, genelde devlet odaklı olarak kuşakların düzenli yaşam şartlarını ifade eder. Sürdürülebilir kalkınma, daha çok süreç odaklıdır ve bu tür bir kalkınmada yer alan durumların ilerlemelerini sağlayan değişimlerin yönetilmesiyle ilgilidir. Sürdürülebilir turizm ise, sürdürülebilir kalkınmayla uyumlu veya bu kalkınmaya katkıda bulunan tüm turizm türleri olarak ifade edilebilir (Lin, 2003: 460-461). Ko da (2005), bu üç kavramla ilgili bir ayrıma gitmiştir. Buna göre bir sistemin sürdürülebilirliği, o sistemin devamı için gerekli durumu koruma yeteneğidir. Sürdürülebilir kalkınma, yüksek kalite düzeyinde yaşamak için gerekli olan durumu korumayı olanaklı kılan bir gelişmedir. Sürdürülebilir turizm gelişmesi ise, yüksek kalite düzeyinde yaşamak için gerekli olan durumu korumayı olanaklı kılan bir turizm gelişmesidir.

Günümüzde büyüme ve gelişme, ancak çevreyle uyumlu olduğu sürece sürdürülebilir olarak nitelendirilmektedir (Kahraman, 1994: 74). Sürdürülebilir kalkınmanın temelini, kaynakların korunması ve geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar

oluşturmaktadır (Çakılcıoğlu, 2002). Sürdürülebilir kalkınmanın, toplumsal, çevresel, ekonomik ve kültürel boyutları vardır. Bu boyutların her biri kendi içinde, toplumsal gereksinimler, biyolojik çeşitlilik, üretim, kültür mirası gibi farklı konu başlıklarını kapsamaktadır (www.tobb.org.tr). Sürdürülebilir kalkınmada, sosyal ve ekonomik politikaların belirlenmesine ve uygulanmasına, doğal kaynakların yönetilmesine, biyolojik çeşitliliğin artırılarak çevrenin korunmasına, kültürel bütünlüğün korunmasına ve gelecek kuşakların ihtiyaçlarının belirlenmesine önem verilmesi gerekmektedir (Akpınar, 2009: 12; Beyhan, 2008: 12).

Sürdürülebilir kalkınma, kültürel ve toplumsal çeşitliliklerle ilgili değerleri vurgulayarak şimdiki ve gelecek kuşakların korunması düşüncesinden yayılmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma kavramının yayılması, çevresel açıdan yararlı ve devamlı olan bütün gelişme politikalarını ifade etmektedir (Ahn, Lee ve Shafer, 2001: 2). Farklı bir tanıma göre sürdürülebilir kalkınma, ekonomik, sosyal ve çevresel sistemlerin esnekliği korunarak, sürdürülebilir bir zaman diliminde, bireylerin ve toplumun kendi isteklerini gerçekleştirmelerini ve mevcut durumlarını ortaya çıkarmalarını sağlayacak fırsatların geliştirilmesine yönelik bir süreçtir (Islam, Munasinghe ve Clarke, 2003: 152). Bir başka tanıma göre sürdürülebilir kalkınma, uzun vadeli varlıkları ve refahı arttırabilmek için bütün varlıkları, doğal kaynakları ve insan kaynaklarını, finansal ve fiziksel varlıklar kadar yöneten bir kalkınma stratejisidir (Tosun, 2001: 290). Bazı yazarlar sürdürülebilir kalkınmanın anlamını, doğal kaynakların ve insan kaynaklarının iyi kalitede, uzun dönemde yaşayabilirliği olarak daha geniş boyutta ifade etmiştir (Ahn, Lee ve Shafer, 2001: 1). Diğer araştırmacılar, sürdürülebilirliğin, ev sahibi toplumların yaşam kalitesi, ziyaretçi memnuniyeti ve sosyal kaynakların dikkatli kullanımıyla ilgili olduğunu ileri sürmüştür (Ahn, Lee ve Shafer, 2001: 1).

Sürdürülebilir kalkınmada bazı temel noktalar öne çıkmaktadır. Bunlardan birincisine göre sürdürülebilir kalkınma, çoğunlukla çevreyi korumakla ilgili bir uzun dönem stratejisi olarak düşünülmüştür. İkincisine göre sürdürülebilir kalkınma, kuşaklar arasındaki refah seviyesini dengelemeye yöneliktir. Üçüncüsünde ise sürdürülebilir kalkınma, bütün ülkelere -onların kalkınma ve sosyo-kültürel düzeyleri

ve politik durumları düşünülmezsizin- uygulanabilen ve evrensel geçerliliği olan bir yönerge olarak algılanmıştır (Tosun, 2001: 290).

Sürdürülebilir kalkınma, sosyal eşitliği arama ve aynı zamanda kaynakların korunması ve gelişimi arasındaki dengeyi araştırma sürecidir. Turizm destinasyonlarındaki (destinasyon kavramı yerine zaman zaman varış yeri veya çekim yeri kavramları kullanılsa da, içerdiği anlam itibariyle Türkçe’de bire bir karşılığı olmadığı için, kavram çalışmanın tamamında bu şekilde kullanılacaktır) önemli noktalar, her destinasyonun turizm gelişim aşamasına göre farklılık göstermektedir. Bu yüzden, geçerli ancak basit bir değerlendirme ölçütü, her destinasyonun sürdürülebilirliğinin değerlendirilmesinde geçerli olmayabilir. Diğer taraftan bazı destinasyonlar, gösterge verilerini kapsamlı olarak vermeyebilir (Tsaur, Lin ve Lin, 2004: 640-641).

Sürdürülebilir kalkınma, daha çok üç bölümde incelenmiştir. Bunlar, çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik sürdürülebilirlik ve sosyal eşitliktir (Schively, 2006: 770). Bunlardan sürdürülebilir kalkınmanın ekonomik yönü, özellikle mal ve hizmet tüketiminin artırılarak insanların refah düzeyinin yükseltilmesiyle; çevresel yönü, ekolojik sistemlerin bütünlüğüyle; sosyal yönü ise, insan ilişkilerinin geliştirilmesi ve bireysel hedeflerle grup hedeflerine ulaşılmasıyla ilgilidir (Çetin, 2006: 3).

Sürdürülebilir kalkınma, çevreyi korumakla birlikte, sosyal ve ekonomik eşitsizliklerdeki gerçek ve sürekli düşüşlerle ilgili bir planlama ve karar verme yaklaşımı olarak nitelendirilebilir. Sürdürülebilir kalkınma için, çevre bir temel, ekonomi bir araç ve iyi bir yaşam da bir hedef olarak kabul edilebilir (www.eeagrants.org). Hem çevreyi koruyarak geliştirmeyi, hem de kalkınmayı dikkate alarak gelişmeyi bir arada yürütebilmek için sürdürülebilir kalkınma anlayışının benimsenmesi gerekmektedir (Yavuz ve Zığındere, 2000: 327).

Sürdürülebilir kalkınmayı değerlendirmede dikkat edilmesi gereken temel konular şu şekilde belirtilebilir (Hunter, 1997: 852):

- İnsanların refah düzeylerini yükseltmede ekonomik büyümenin rolü,
- Nüfus artışlarının etkisi ve önemi,
- Çevresel sınırların varlığının büyümeye etkisi,
- Doğal ve insan yapımı kaynakların yerine koyulabilir olma durumu,
- Doğal kaynak temelli çeşitli unsurların yerine koyulabilme potansiyeli,
- Ekonomik büyümede ve istenmeyen çevresel etkileri bir araya getirmede, teknolojilerin (çevresel etki değerlendirmesini ve çevresel denetimi içeren) uygulanabilirliği,
- Doğal yaşamla ilgili değerlerin anlamı ve insan dışındaki türlerin hakları,
- Bir ekosistem yaklaşımının kabul edilme derecesi ve bu yaklaşımın işlevsel bütünlüğünün korunmasının önemi.

Sürdürülebilir kalkınmanın dört özelliğinden söz etmek olasıdır (Ceylan, 2001: 170):

- 1) Genel yaşam kalitesinin korunması,
- 2) Doğal kaynaklara erişimde sürekliliğinin sağlanması,
- 3) Çevre üzerinde kalıcı etkisi olabilecek zararların engellenmesi,
- 4)Günümüzün gereksinimleri karşılanırken, gelecek kuşakların gereksinimlerinin karşılanmasına engel olunmaması.

Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilebilmesinde karşılaşılabilecek birtakım engeller mevcuttur. Bu engeller şu şekilde sıralanabilir (Beyhan, 2008: 13):

- Tüketim ve üretim kalıplarının değiştirilmesinin zorluğu,
- Doğal kaynakların doğru şekilde yönetilememesi,
- Tüklenen kaynaklar ve kötüleşen çevre koşulları sonucu oluşan değişimler (iklim değişiklikleri ve doğal afetler)

- Küreselleşme sonucu yeniliklerin ve kazancın ülkeler arasında eşit dağılmaması.

Bölgeler dikkate alındığında sürdürülebilir gelişme sırasında karşılaşılabilecek sorunların kolayca çözülebilmesi için alınacak önlemler şunlardır (Çetin, 2006: 10):

- Ortak bir sürdürülebilir kalkınma anlayışının geliştirilmesi,
- Sürdürülebilirliğin gerçekleştirilmesine ilişkin çeşitli araçların geliştirilmesi,
- Sürdürülebilirlikle ilgili birtakım ortaklıkların ve iş birliklerinin sağlanması,
- Politika araçlarının sürdürülebilir gelişme ile ilişkisinin kurulması.

Sürdürülebilir turizm kalkınmasını etkileyen üç durum ise şunlardır (Helmy, 2004: 482):

- Gelişmekte olan ülkelerin turizmi üzerindeki baskılar,
- Gelişmekte olan ülkelerdeki gelişme ve planlama işleyişiyle ilgili sorunlar,
- Turizmin kendisinden kaynaklanan faktörler.

Priskin'in (2003) turizm faaliyetlerine katılanların, bölgesel turizm kalkınmasıyla ilgili olarak önerdiği konular şunlardır:

- Gerçekçi amaçların belirlenmesi,
- Geleceğe yönelik önlemleri içeren, açık ve esnek bir planlama süreci,
- Kaynakları yönetenlerle ticari sektör arasında dengeli ortaklıkların oluşumu,
- Çevresel yapıya uygunluk,
- Uygun yönetim planlarının yerine getirilmesinin sorumluluğu,
- Finansman desteği,
- Bölgesel ve yerel turizm endüstrisi arasındaki uyum,
- Turizm endüstrisinin lider konumunda olması,
- Politikalar ve ilkeler benimsenerek turizm endüstrisinin gelişim hızlandırılması,

- Farklı denklik programlarının ölçütlerinin benimsenmesi,
- Toplumun ilgisi ve katılımı.

Sürdürülebilir kalkınma konusundaki mevcut zorluklar ise şu şekilde sıralanabilir (Priskin, 2003: 278):

- Doğal çekiciliklerin aşırı gelişmeye maruz kalması,
- Birçok turistik bölgedeki yetersiz altyapı olanakları,
- Bölgesel planların uygulanması konusundaki eksiklikler,
- Kamu sektörü ve özel sektörün, birbirleriyle yeterince iş birliğine gitmemesi,
- Doğal kaynakların ve turizmin yönetilmesi konusunda bölge yönetimlerinin sorumluluğunun gittikçe artması,
- Kaynakların yönetimi için gerekli finansman olanaklarının sınırlı olması.

Sürdürülebilirliğe ve kalkınma sürecine bağlı olarak iki temel konu üzerinde durulabilir. Bunlardan birincisine göre turizm, bölgelerin özelliklerine göre doğal, tarihi ve kültürel değerlerin bilinmesini ve bu değerlere en uygun kalkınmayı sağlamaktadır. Eğer planlı bir kalkınma söz konusuysa doğal kaynakların nitel ve nicel anlamda kaybı azalacaktır. Üstelik turistik etkinliklerin doğal çevreyi koruması ve güzelleştirmesi de dikkate alınmalıdır. Temel konulardan ikincisine göre, faaliyetlerin belirli alanlarda hızlı kalkınmaya ve yüksek yoğunlaşmaya neden olması, doğal ve kültürel çevreyi olumsuz etkilemektedir. Bu olumsuz etkiler de, yerel halkın tepkisini çekebilmektedir (Gezici, 2006: 444).

Sürdürülebilirliğe özellikle son yıllarda verilen önem nedeniyle, Uluslararası Sürdürülebilir Kalkınma Enstitüsü, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Enstitüsü, Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı, Dünya Bankası gibi birçok örgüt, sürdürülebilir kalkınmayla ilgili çalışmalar içerisinde yer almaktadır (Choi ve Sirakaya, 2006: 1276).

1.3. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

1980'lerin sonlarına doğru çevresel ilginin artmasıyla, sürdürülebilir gelişme kavramı, turizm araştırmalarında da kullanılan ortak bir konu haline gelmiştir. Kavram, turizm ile kültürel, ekonomik ve çevresel etkilerin birlikte düşünülmesi gereğini ortaya koymuştur. Küreselleşme açısından bakıldığında turizm, bölgesel kalkınma sürecinde giderek önem kazanmakta ve turizmin özellikle temel destinasyon alanlarında sürdürülebilir olması yönünde ilgi artmaktadır (Gezici, 2006: 442). Turizmin sürdürülebilir olması, turizm ile fiziksel ve sosyal çevre arasındaki ilişkinin doğru ve olumlu bir biçimde yürütülmesiyle yakından ilgilidir (Balanlı, 1999: 137). Turizmin sürdürülebilir gelişimi konusunda Butler (1991), politikaların eş güdümünün ve önleyici planlamanın sağlanması, kabul edilebilir büyüme sınırlarının ve uzun dönem görünümünün belirlenmesi gibi ön koşulların, planlamanın ilk aşamalarında yerine getirilmesi gereğini vurgulamıştır (Ahn, Lee ve Shafer, 2001: 2).

Sürdürülebilir turizm terimi, bir destinasyonun gelecekteki gelişmelere duyarlı olabilmesi ve bu gelişmelerin olumsuz etkilerinden korunabilmesi yönünde turizmin gelişimi için bir dizi ilkeyi, politikayı, yönergeyi ve yönetim metotlarını içermektedir (Hunter, 1997: 850). Sürdürülebilir turizm, turistler ve hizmet sunanlar arasındaki bağı, çevreyi ve ev sahibi toplumu koruyarak kurmaktadır (Gezici, 2006: 444). Buna bağlı olarak sürdürülebilir turizm, turizm endüstrisi, turistler, çevre ve ev sahibi toplumlar arasındaki karmaşık etkilerden ortaya çıkan olumsuzlukları ve anlaşmazlıkları azaltma amacına yönelik olumlu bir yaklaşımdır (Garrod ve Fyall, 1998: 201). Sürdürülebilir turizm, gelişmelerin ve yeni uygulamaların, çevresel etkilerini de göz önünde bulundurarak kullanılması olarak da ifade edilebilir (C. Demir, 2002a: 90). Bir başka tanıma göre sürdürülebilir turizm, kaynakları tüketmeden, turistleri kandırmadan veya yerel toplumu sömürmeden gerçekleşen, turistler, ev sahibi toplum ve turistik yer arasında daha verimli ve uyumlu ilişkileri araştırmayı gerektiren bir durumdur (Garrod ve Fyall, 1998: 201). Farklı bir tanıma göre sürdürülebilir turizm, ekonomik olarak uygun; ancak turizmin geleceğinin bağlı

olduğu fiziksel çevreyle ve ev sahibi toplumun sosyal yapısıyla ilgili kaynaklara zarar vermeyen bir turizm düşüncesi olarak tanımlanabilir (Saarinen, 2006: 1124). Bir başka tanıma göre sürdürülebilir turizm, doğal, kültürel ve sosyal kaynakları uzun vadede güzelleştiren, geliştiren ve koruyan, olumlu bir yaklaşımla ekonomik gelişmeyi destekleyen bir turizm düşüncesi olarak tanımlanabilir (Scharpf, 1999: 18).

Sürdürülebilir turizmin temelinde, turizmle ilgili işletmelerin faaliyetleri (ulaşım, enerji ve su tüketimi, atık durumu, satın alma stratejileri ve ev sahibi toplumlarla ilgili etkiler gibi) ve turist sayısına bağlı olarak oluşan yoğunluğun sonucunda ortaya çıkan çevresel sorunları azaltma düşüncesi yatmaktadır. Bu yüzden, sürdürülebilir turizmin başarılı bir biçimde uygulanması, özel sektör, konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, yiyecek/içecek işletmeleri, turistik çekicilikler, ev sahibi toplum ve turistler gibi farklı paydaşların geniş çapta iş birliğini gerektirmektedir (Vernon ve diğerleri, 2005: 326-327). Sürdürülebilirliğin gerçekleşebilmesi için, turizm endüstrisinin daha güncel konuları da (ortaklık, bütünleşme, toplumsal katılım ve çevresel yönetim gibi) takip etmesi gerekmektedir (Godfrey, 1998: 213).

Sürdürülebilir turizm, bir bölgede turizmin geliştirilirken o bölgedeki tüm kaynakların korunması, yaşam kalitesinin yükseltilmesi ve ülkenin kültürel bütünlüğüne saygı gösterilmesi anlamına gelmektedir (Yılmaz, 2007: 212). Yani turizm faaliyetleri sonucu ekonomik kalkınmanın, fiziki ve kültürel kaynakların korunması ve geliştirilmesi, sürdürülebilir turizmin gelişmesinde temel amaç sayılmaktadır (Ceylan, 2001: 169). Sürdürülebilir turizm, hem turizmin sürdürülebilir gelişmesinin ekonomiye ve topluma olan dağıtımını, hem de kaynakların ve çevrenin sürdürülebilir kullanımını gerektirir. Turizm talebinin doğru belirlenememesi ve iyi yönetilememesi halinde, bu iki durumda da başarılı olunması çok zordur (Lin, 2003: 462). Sürdürülebilir turizmle, sektörün faydalandığı çevre ve insan kaynaklarını olumsuz şekilde etkilemeden, turizm kapasitesini ve turizm ürünlerinin kalitesini arttırabilmek hedeflenmiştir (Akış, 2001: 17; Tuna, 2007: 28). Sürdürülebilir turizmin sağlanabilmesi için, turizmin doğal girdilerinin tek yönlü

tüketilmesi yerine, dengeli ve yeniden kullanılmasına olanak verecek biçimde, ekolojik ve sosyal taşıma kapasiteleri aşılmadan kullanılması benimsenmelidir (Tuna, 2007: 28). Turizmin sürdürülebilir ilkeler doğrultusunda geliştirilmesinde temel yaklaşım, turizm projelerin, programların ve politikalarının uzun dönemli ekonomik hedeflerinin, doğal ve insan eliyle oluşturulmuş kaynakların yönetimi ve korunması arasında dengeli bir ilişkinin gözetilmesi zorunluluğudur (Demircioğlu, 1997: 22).

Sürdürülebilir turizmin başarılı olabilmesi iki önemli faktöre bağlanabilir. Bunlardan birincisi, uygulamada kullanılacak donanım; ikincisi ise, planlama modelinin geçerliliğinde ve sürdürülebilirliğinde kullanılacak göstergeler ve ölçütlerdir. Göstergeler, turizm kalkınmasının çevresel ve sosyo-ekonomik etkilerinin düzenlenmesinde ve planlama sürecindeki bütün amaçların gerçekleştirilme düzeyinin ölçülmesinde kullanılmaktadır (Helmy, 2004: 480).

Sürdürülebilir turizmde, turistik destinasyonların yerel yaklaşımları etkileyen bazı özelliklerden bahsedilebilir. Öncelikle, turistik destinasyonlarda doğal ve sosyo-kültürel çevrenin korunmasıyla ilgili yaklaşımlar önem kazanmaktadır. Bunun dışında, turistik destinasyonun gelişim aşamaları, planlamacılar tarafından uygun olduğu düşünülen turizm tür ve ölçeklerini etkileyebilmektedir. Bir diğer yaklaşıma göre, kültürel ve politik yapı turistik destinasyonun planlanması sürecini etkiler. Eğer toplum bu süreci benimserse, sürece geniş çaplı katılım sağlar ve destek olur. Toplum süreci benimsemezse, sürece karşı çıkar ve süreci engellemeye çalışır (Bramwell ve Sharman, 2006: 29).

Turizmde sürdürülebilir kalkınmada, gelecekteki fırsatları koruyup geliştirerek, bugünkü turistlerin ve ev sahipliği yapan bölgelerin ihtiyaçlarını karşılama ilkesi benimsenmiştir. Bu şekilde tüm kaynakların yönetimi, kültürel bütünlüğün, zorunlu ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşam destek sistemlerinin devamlılığının sağlanması ve ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçların karşılanması şeklinde gerçekleştirilir. Sürdürülebilir turizm ürünleri, turistik

kalkınma ile zarar görmeyen -aksine yararlı olan-, doğal çevre, toplum ve kültürlerle uyum içinde işlenen ürünlerdir (www.akdeniz.edu.tr; www.unwto.org).

Sürdürülebilir kalkınmanın turizm boyutu şu başlıklar altında toplanabilir: (Yavuz ve Zığındere, 2000: 332-334):

- Turizmde, doğal kaynaklar ve sosyo-kültürel değerler büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla bu kaynak ve değerlerdeki bozulmalar turizmi olumsuz yönde etkilemektedir. Bu anlamda, kalkınma ve çevre arasında uyum ve dengenin sağlanması gerekmektedir.

- Günümüz insanların, turizmden bekledikleri nitelikli hizmet anlayışından gelecek kuşakların da yararlanabilmeleri hususunda, dengeli davranması gerekmektedir.

- Turizm imar planları hazırlanırken, sürdürülebilir gelişme göz önünde bulundurularak, plan ilkelerinin çevreyi tahrip etmeyecek hatta geliştirecek şekilde hazırlanmasına özen gösterilmelidir.

1.3.1. Sürdürülebilir Turizmin Ortaya Çıkması ve Gelişimi

Ekonomik politikaların ve çevre kalitesinin birleşimi ve etkileşimi ülkelerin/bölgelerin genel politikalarının hazırlanmasında ciddi öneme sahiptir. Günümüzde, yaşam alanlarının belirlenmesi ve yaşam kalitesi, yatırımların yönünü belirleyen önemli bir faktör haline gelmiştir. Bu yüzden, doğal çevrenin korunması ve ekonomik faaliyetlerin seviyesi arasındaki dengenin varlığı, yerel kalkınma planlarına geçişte son derece önemlidir (Vliamos, 2006: 283). Sürdürülebilir gelişme konusunda da doğal çevrenin korunmasının gerekliliği, turizm yatırımcıların uygulamalarında bu konuya daha fazla önem vermelerine ve turizm gelişim stratejilerine yeni yaklaşımlar getirmelerine sebep olmuştur. Bu bağlamda, uluslararası kurum ve kuruluşlar (Birleşmiş Milletler Çevre Programı –United

Nations Environment Management, UNEP-, Dünya Turizm Örgütü -United Nations World Tourism Organization, UNWTO- gibi) yeni kavramlar ve yaklaşımlar (sürdürülebilir turizm, eko turizm gibi) ortaya çıkmıştır (Tunçer, 2005). Sürdürülebilir turizm kavramı, 1990'lı yıllarda turizm endüstrisinin gelişimiyle ve özellikle Brundtland Raporu'nda sürdürülebilir kalkınma kavramının ortaya konmasından sonra artan bir önem kazanmıştır (Çavuş ve Tanrısevdi, 2000: 153).

Sürdürülebilir turizm kavramının gelişimini sırasına göre açıklayan bazı yaklaşımlar mevcuttur. Bu yaklaşımlar şu şekilde açıklanabilir (Demir ve Çevirgen, 2006: 102):

1) Karşı kutuplar yaklaşımı: Bu yaklaşıma göre, sürdürülebilir turizm ile kitle turizmi iki karşı kutup olarak değerlendirilmiştir. Buna göre, sürdürülebilir turizmin gelişimi için kitle turizmden vazgeçilmesi gerekmektedir.

2) Bütünleştirici yaklaşım: Sürdürülebilir turizmin ve kitle turizminin birlikte düşünülebildiği yaklaşımdır. Bu yaklaşıma göre, her iki kavramın da ortak ve farklı yönleri mevcuttur.

3) Eylemsel yaklaşım: Kitle turizmini, daha fazla sürdürülebilir hale getirmekle ilgili etkinliklerin dikkate alındığı bir yaklaşımdır.

4) Uzlaşmacı yaklaşım: Tüm turizm türlerinin sürdürülebilir boyutta düşünülmesi ve olması gerektiğini savunan bir yaklaşımdır.

Sürdürülebilir turizmin gelişmesi, doğal alanların ve çevresel dengenin korunması ve geliştirilmesiyle olasıdır. Turizmin kaynağını oluşturan bu değerlerin korunamaması ya da yeterince geliştirilememesi durumunda, turizmin bu durumdan yerel, bölgesel ve ülkesel düzeyde olumsuz etkileneceği kaçınılmaz bir gerçektir (Çakılcıoğlu, 2002).

Sürdürülebilir turizmin gelişimi hakkında ev sahibi toplumların görüşleri, doğal, yapay ve sosyo-kültürel kaynakların nasıl yönetileceğiyle ilgili konuların etrafında toplanmaktadır. Sürdürülebilir turizm, ev sahibi toplumların ekonomik refahını arttırmada, doğal ve sosyo-kültürel kazançlarını korumada, maliyetlerin ve faydaların dağıtımında kuşaklar arası eşitliğin sağlanmasında, halkın kendine olan güvenini korumada ve turistlerin ihtiyaçlarını karşılamada önem arz etmektedir (Briassoulis, 2002: 1065).

Sürdürülebilir turizm gelişmesi, doğal, kültürel, ekolojik, biyolojik v.b. bütün kaynakların sürekliliği sağlanarak turistik etkinliklerinin planlanması ve yürütülmesi olarak tanımlanmaktadır (Kahraman, 2004). Sürdürülebilir bir turizmin gerçekleştirilmesi için işletmeler düzeyinde ve işletmeler üstü düzeyde alınması gereken birtakım tedbirler şu şekilde sıralanabilir (Scharpf, 1999: 21):

1) İşletme Düzeyinde

- Çevreye dönük danışma ve iç eğitim sistemlerinin oluşturulması,
- Örnek projelerin yerel/bölgesel düzeyde ve işletme düzeyinde teşvikinin sağlanması,
- Hedef bölgeler ve turistik tesislerle ilgili kalite belgelerinin verilmesi.

2) İşletmeler Üstü Düzeyde

- Halkın çevreye duyarlı olması konusunda aydınlatılması ve bilgilendirilmesi,
- Turistik faaliyetlere yerel/bölgesel halkın daha geniş katılımının sağlanması,
- Yerel ve bölgesel planlarda çevrenin korunmasına yönelik düzenlemelere yer verilmesi,
- Büyük turistik yatırımlarda, çevresel etki değerlendirmesinin (ÇED) yapılması.

Sürdürülebilir turizm gelişmesiyle ilgili konular şu şekilde sıralanabilir (Tosun, 2001: 290-291):

1) Sürdürülebilir turizm gelişmesi, yerel turistik destinasyonlardaki o zamana kadar dikkate alınmamış temel gereksinimlerin karşılanmasına katkıda bulunmalıdır.

2) Sürdürülebilir turizm gelişmesi, yerel turistik destinasyonlardaki eşitsizlikleri ve fakirliği azaltmalıdır.

3) Sürdürülebilir turizm gelişmesi, yerel halkın turistik destinasyonlarda saygınlık kazanmalarını ve ilgili konularda kendilerini rahat hissetmelerini sağlayacak gerekli şartların oluşmasına katkıda bulunmalıdır.

4) Sürdürülebilir turizm gelişmesi, sadece ulusal ekonomik kalkınmayı değil, aynı zamanda bölgesel ve yerel ekonomik kalkınmayı da hızlandırmalıdır.

5) Sürdürülebilir turizm gelişmesi, yukarıda belirtilen amaçları veya ilkeleri, gelecek kuşakların kendi özel isteklerinin karşılanması konusunda taviz vermeksizin yerine getirmelidir.

Tablo 1: Turizmde sürdürülebilir gelişim

Sürdürülebilir Gelişme	Sürdürülebilir Olmayan Gelişme
Genel Kavramlar	
- Yavaş ve kontrollü gelişme	- Hızlı ve kontrolsüz gelişme
- Uygun ölçekli gelişme	- Uygun olmayan ölçekte
- Uzun dönemli	- Kısa dönemli
- Kaliteye yönelik	- Miktarla yönelik
- Yerel kontrol	- Uzaktan kontrol
Gelişme Stratejileri	
- Önce plan sonra gelişme	- Plansız gelişme
- Kavrama dayalı plan	- Projeye dayalı plan
- Tüm çevreyi dikkate alan	- Sadece çekiciliğe dayalı kısmi dikkate alan
- Baskıların ve faydaların yayılması	- Kapasitenin arttırılması
- Yerel yatırımcılar	- Yabancı yatırımcılar
- Yerel mimari	- Yerel olmayan mimari
Turist Davranışları	
- Küçük gruplarla seyahat	- Kalabalık gruplarla seyahat
- Yerel dili öğrenme isteği	- Yerel dili öğrenme çabası yok
- Saygılı ve hassas	- Yoğun ve hassas olmayan
- Sessiz	- Gürültülü
- Tekrar ziyaret eden	- Muhtemelen tekrar gelmeyen
- Bazı zihinsel hazırlıklar gerektiren	- Çok az hazırlık gerektiren ya da hiç gerektirmeyen

Kaynak: Demir ve Çevirgen, 2006, s. 112.

Tablo 1’de sürdürülebilir olan ve olmayan gelişmelerin özellikleri karşılaştırılarak verilmiştir. Buna göre, sürdürülebilir gelişme genel anlamda, yavaş, kontrollü, uygun ölçekli, uzun dönemi kapsayan, kaliteye önem veren ve sürekli kontrol edilen bir gelişmedir.

1.3.2. Sürdürülebilir Turizmin İlkeleri

Sürdürülebilir turizm anlayışını daha iyi kavrayabilmek ve sürdürülebilir turizmin doğayla uyum içinde gelişimini gerçekleştirebilmek için bazı ilkeler bulunmaktadır. Bu ilkeler şu şekilde sıralanabilir (Beyhan ve Ünügür, 2005: 80):

- Harekete geçmek için ihtiyaçları tanımak,
- Yetersiz elemanları, yerleri ve toplulukları desteklemek,
- Kurallı bir şekilde gelişmenin amaçlarını oluşturmak,
- Bölgenin gelişimine uygun politikalar izlemek,
- Malzeme yapısını oluşturmak,
- Doğayı korumak,
- Tarım alanlarının ve ormanlık alanların kullanımını sınırlandırmak,
- Yerel mimariyi, gelenekler ile kültür ve folklor mirasını korumaya yardım etmek,
- Turizm pazarlamasının gereklerini dikkate almaktır.

Bu ilkeler ışığında turizm sektörünün var olması ve sürdürülebilirliği, turizme kaynak teşkil eden bölgesel/yerel alanlara özgü doğal ve kültürel değerlerin korunarak kullanılmasıyla gerçekleşebilir. Sürdürülebilir gelişme ve aynı zamanda çevreye uyumlu bir yaşam için, çevreyle ilgili ve ekonomik kararların bir arada ele alınması söz konusudur (Beyhan ve Ünügür, 2005: 80).

Garrod ve Fyall (2002), sürdürülebilir turizmle ilgili on ilke belirlemiştir. Bu ilkeler şu şekilde belirtilebilir:

- Kaynakların sürdürülebilir kullanımı: Doğal, sosyal ve kültürel kaynakların korunması ve sürdürülebilir kullanımı ciddi bir öneme sahiptir. Bu durum, uzun dönemde iş becerisi de yaratmaktadır.

- Aşırı tüketimin ve atıkların azaltılması: Uzun dönemde çevresel zararların giderilmesiyle ilgili maliyetlerden kaçınmak ve turizmin kalitesini arttırmak için aşırı tüketimin ve atıkların azaltılması gerekmektedir.

- Çeşitliliğin korunması: Doğal, sosyal ve kültürel çeşitliliğin korunması ve desteklenmesi, uzun dönemde sürdürülebilir turizm için son derece önemlidir.

- Turizmin planlamayla bütünleştirilmesi: Turizmin, ulusal ve yerel stratejik planlama ve çevresel etki değerlendirmesi çerçevesinde ele alınması, uzun dönemde yaşama kapasitesini arttırmaktadır.

- Yerel ekonomilerin desteklenmesi: Ekonomik faaliyetleri destekleyen, çevresel maliyetleri ve değerleri de dikkate alan turizm, bu yönüyle hem yerel ekonomileri korur hem de çevresel zararlardan kaçınmayı sağlar.

- Yerel halkları kapsamaları: Yerel halkların turizm sektörüne tam bağlılığı, hem sektöre ve çevreye yarar sağlar hem de yerel halkın turizm deneyimlerinin kalitesini artırır.

- Halka ve ilgili gruplara danışılması: Turizm sektörü ile yerel halkların, organizasyonların ve kurumların uzun süre beraber çalışabilmeleri ve olası sorunları çözebilmeleri için, ilgili konuları birbirilerine danışmaları gerekmektedir.

- Personelin eğitilmesi: Her düzeyde ihtiyaç duyulan, yerel personeli de kapsayan ve sürdürülebilir turizmle bütünleşmiş bir personel eğitimi, turistik ürünlerin kalitesini arttırmaktadır.

- Sorumlu bir turizm pazarlamasının yapılması: Turizme yeterli ve düzenli bir bilgi sağlayan pazarlama, destinasyonun doğal, sosyal ve kültürel çevresinin saygınlığını ve aynı zamanda müşteri memnuniyeti arttırmaktadır.

- Araştırma girişimi: Etkili veri toplama ve analizlerle, sürekli olarak yapılan ve sektör tarafından izlenen araştırmalar, sorunların çözümlmesine yardımcı olması ve destinasyonlara, sektöre ve tüketicilere katkı sağlaması açısından gereklidir.

Sürdürülebilir bir turizm yönetimi yaklaşımının ilkeleri ise şu şekilde belirtilebilir (Richards ve Hall, 2006: 6):

- Bu yaklaşımda, turizm politikası, planlaması ve yönetimi, birbirine uygun düşecek ve birbirini tamamlayacak biçimde düşünölmelidir.

- Bu yaklaşımda, gelişmeye karşı çıkılmamakta ancak gelişme için bazı sınırların varlığı ve turizmin bu sınırlara göre yönetilme zorunluluğu vurgulanmakta ve kabul edilmektedir.

- Kısa dönem yerine daha çok uzun dönemi düşünmek gereklidir.

- Sürdürülebilir turizm yönetimi, sadece çevresel değil aynı zamanda ekonomik, sosyal, kültürel, politik ve yönetsel konularla da ilgilidir.

- Yaklaşımda, bireylerin ihtiyaçlarının eşitlik çerçevesinde ve uygun şekilde karşılanmasının önemi vurgulanmalıdır.

- Bütün paydaşlar, turizm kararının alınmasında danışmanlığa ve yetkiye, aynı zamanda sürdürülebilir gelişme konularıyla ilgili bilgilendirmeye gereksinim duymaktadır.

- Sürdürülebilir gelişme, politikalar ve faaliyetler için bir amaç olduğunda, sürdürülebilir turizm fikirlerini uygulamaya koymak, gerçekte kısa ve uzun dönemde neyin başarılacağıyla ilgili bazı sınırların farkında olmak anlamına gelmektedir.

- Pazar ekonomilerinin nasıl işlediğini anlamak ve uygulamaları olumlu sonuçlandırabilmek için, özel sektör işletmelerinin yönetim biçimlerini, halka açık ve

gönüllü sektör organizasyonlarını ve toplumun değer yargılarını ve davranış biçimlerini iyi bilmek gereklidir.

- Kaynakların kullanılmasında sıkça karşılaşılan çıkar çatışmaları, bazı uygulamaların değiştirilmesi ve uzlaşmalarla düzeltilmelidir.

- Farklı etkinlik alanlarındaki yararlar ve bu etkinliklerin maliyetleri belirlenirken, farklı birey ve grupların neler kazanacağı ve/veya kaybedeceği dikkatlice düşünülmelidir.

1.3.3. Sürdürülebilir Turizmin Amaçları

Sürdürülebilir turizmin ilkeleri doğrultusunda bazı amaçları vardır. Cater (1993), sürdürülebilir turizmde üç anahtar amaç olduğunu belirtmiştir. Bunlar; ev sahibi toplumun uzun ve kısa dönemdeki yaşam standartlarının geliştirilmesi, turistlerin ihtiyaçlarının karşılanması ve bu iki amacı gerçekleştirirken çevrenin korunmasıdır (Z. Liu, 2003: 460). Demir ve Çevirgen (2006) ise, sürdürülebilir turizmin temel amaçlarını şu şekilde sıralamıştır:

- 1.) Toplumun yaşam kalitesini arttırmak,
- 2.) Mevcut kuşak içinde ve kuşaklar arasında eşitliği sağlamak ve korumak,
- 3.) Çevrenin kalitesini korumak ve geliştirmek,
- 4.) Toplumun bütünleşmesini sağlamak,
- 5.) Turistlerde yüksek kalitede bir deneyim sağlayabilmek.

Çakılcıoğlu (2002), sürdürülebilir turizmin amaçlarını, ana amaç ve alt amaçlara ayırmıştır. Buna göre sürdürülebilir turizmin ana amacı, turizmi; çevreye, topluma, tarihi, doğal ve kültürel her türlü varlığa/yapıya zarar vermeden, bölge ve ülke ekonomisine ve toplumsal yaşama katkı sağlayacak biçimde geliştirmektir.

Sürdürülebilir turizmin alt amaçları ise şu başlıklar halinde sıralanabilir (Çakılcıoğlu, 2002):

- Tarihsel, doğal, kültürel varlıkları, çevreyi ve toplumu korumak ve turizme kazandırmak,
- Turizmi çeşitlendirmek ve mevsimlere yaymak,
- Ulaşım olanaklarını kolaylaştırmak,
- Altyapı ve hizmet sorunlarını çözmek,
- Turizmdeki işgünün niteliğini ve niceliğini arttırmak,
- Turizmdeki yatırım olanaklarını geliştirmek,
- Turizm amaçlı tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine önem vermek,
- Turizm gelirlerini arttırmak.

Bu amaçlar doğrultusunda gerçekleştirilen sürdürülebilir turizm faaliyetlerinin başarıya ulaşma olanağı son derece yüksektir.

1.3.4. Sürdürülebilir Turizm ve Çevre İlişkisi

Çevresel konular, günümüz ekonomik politikalarının bütün yönlerinde ciddi önem arz etmektedir. Turizm faaliyetleri sırasında su, toprak, hava, biyolojik kaynaklar v.b. kullanılmaktadır. Dolayısıyla çevre, turizm faaliyetlerinin temel kaynağı konumundadır. Bu yüzden çevre ile turizm arasında sıkı bir ilişki söz konusudur. Turizm hareketleri sırasında çevrenin aşırı ve plansız kullanımı, bu doğal kaynakların ve dengenin bozulmasına neden olmaktadır.

Çok geniş bir kapsamda değerlendirilebilecek olan çevre, 11.08.1983 tarih ve 18132 sayılı resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Çevre Kanunu'nun ikinci maddesine göre, "Canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı olarak etkileşim içinde buldukları biyolojik, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel ortam" olarak ifade edilmektedir. Yine aynı kanunun aynı maddesine göre sürdürülebilir çevre ise, "Gelecek kuşakların ihtiyaç duyduğu kaynakların varlığını

ve kalitesini tehlikeye atmadan, hem bugünün hem de gelecek kuşakların çevresini oluşturan tüm çevresel değerlerin her alanda (sosyal, ekonomik, fiziki v.b.) ıslahı, korunması ve geliştirilmesi süreci” olarak tanımlanmıştır (www.cevreorman.gov.tr).

Turizm ve çevre arasındaki ilişki, doğal ve kültürel kaynaklara dayanmaktadır. Bu ilişkide amaç, ortak faydaları arttırmak ve olumsuz etkileri de en aza indirmektir. Bu amacın gerçekleştirilmesi, turizm kalkınması ve planlaması ile ilgili kapsamlı çalışmaların yapılmasına ve uygulanmasına bağlıdır (Connell, Page ve Bentley, 2009: 867). Turistik destinasyonun planlamacıları ve yöneticileri için önemli olan konu, turistlerin ilgisi ve uyumu da göz önüne alınarak çevresel açıdan elverişli stratejilerin belirlenerek uygulanmasıdır (Kelly ve diğerleri, 2007: 377).

Turizm ve çevre ilişkisi ele alınırken üzerinde durulması gereken konular temel olarak şu şekildedir (Ceylan, 2001: 170):

- Turizmin gelişmesi sonucu ortaya çıkan çevresel değişimin belirlenmesi,
- Turizmin gelişmesinin farklı aşamalarında çevrenin rolündeki değişimlerin belirlenmesi,
- Alternatif bir turizm yaklaşımı içinde turizmle ilgili kavramların ve çevresel etmenlerin belirlenmesi ve tanımlanması.

Çevresel kalite, turizmin gelişimi için anahtar bir rol oynamaktadır. Aynı zamanda, doğal kaynakların turizm amaçlı uzun süre kullanılması, bu kaynakların yaşama kapasitesini tehlikeye atmaktadır (Piga, 2003: 886). Bir ülkenin doğal ve kültürel değerleri, o ülkenin turizm potansiyelini oluşturmaktadır. Bu nedenden dolayı, turizmin sürdürülebilirliği için mevcut değerlerin korunması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Turizmin temel kaynağı olan çevrenin dengeli bir biçimde yönetilmesi, onun zarar görmesinin aksine kalitesinin artmasını sağlayacaktır (T. Demir, 1999: 122). Konaklama işletmelerinin çevreye duyarlı uygulamaları, atık azaltımı, enerji verimliliği, su kaynaklarının ve hava kalitesinin korunması şeklinde başlıklar içerisinde ele alınabilir (Karaman ve Türkay, 2006: 130).

Turizm ile çevre arasındaki üç önemli unsur şunlardır (C. Demir 2002b: 93):

- Fiziksel çevrenin birçok unsuru turistler için birer çekim kaynağı durumundadır.
- Turizm altyapısı ve tesisleri, çevrenin bir yönünü oluşturur.
- Turizm gelişmesi ve bir bölgenin çevresel anlamda kullanımı, çevresel etkiler yaratır.

Küresel çevre sorunlarına yönelik farkındalığın artması ve sürdürülebilir kalkınmaya olan gereksinim, çevreyle ilgili konuların ve sorunların değerlendirilmesinde son derece dikkatli olunmasını gerektirmektedir (Rammel, Jeroen ve Van Den, 2003: 121). Bir bölgede ortaya çıkan bir çevre sorununun diğer çevre sorunları tetikleme olasılığı da vardır. Örneğin, nüfus artışları sonucu arazi kullanımında yaşanan sorunlar, çevre sorunlarının da beraberinde getirmektedir (Yıldız ve Kalağan, 2008: 43). Bu bakımdan çevreyle ilgili her türlü konu ve sorun üzerinde önemle durulması gerekmektedir. Sürdürülebilir turizm ile çevre arasındaki ilişki incelenirken, çevrenin toplumsal ve fiziksel boyutları dikkate alınmalıdır.

1.3.4.1. Sürdürülebilir Turizm ve Toplumsal Çevre

Bir fiziksel çevredeki insanların, ekonomik, toplumsal ve siyasal anlamdaki her türlü ilişkisi toplumsal çevreyi oluşturmaktadır. Güncel hayatımızdaki her türlü eğitim çabaları, alışveriş, komşuluk ve iş ilişkileri, toplumsal çevreyi ifade etmektedir. Dolayısıyla fiziksel çevre ve toplumsal çevrenin birbirinden ayrı ayrı düşünülmesi olanaksızdır (Kahraman ve Türkay, 2006: 21). Buna göre toplumsal çevre, “Bireylerin ve insan topluluklarının yaşayış ve davranışları ve kültürlerin gelişimi üzerinde rol oynayan toplumsal koşulların ve etkilerin tümü” olarak ifade edilmektedir (www.anlambilim.net).

Turizmin toplumlar üzerinde etkiler yaratması son derece doğal bir durumdur. Turizmin sosyal açıdan sürdürülebilirliği, toplumun -ülkesel ve yerel

düzyeyde- gelen turistlerle sosyal bir uyumsuzluk yaratmayacak biçimde faaliyetlerini ve ilişkilerini devam ettirebilmesi olarak ifade edilebilir (Mowforth ve Munt, 1998: 109). Dolayısıyla, toplumla ziyaretçiler arasındaki faaliyetlerde ve ilişkilerde karşılıklı bir uyum gerekmektedir.

Toplumsal anlamda sürdürülebilirlik için yapılması gerekenler ise şunlardır (Ceylan, 2001: 73):

- Yerel halkın önceliği,
- Yerel halkın kararlara katılımın sağlanması,
- Sosyal ve kültürel kimliklerin korunması ve geliştirilmesi,
- Kültürel yaşamın ve varlıkların korunması.

1.3.4.2. Sürdürülebilir Turizm ve Fiziksel Çevre

Çevremizdeki tüm doğal alanlar (köy, kent, dağ, ova v.b.) ve bu alanlardaki yapılar (ev, otel, bina, park v.b.) fiziksel çevrenin birer parçası durumundadır. Buna bağlı olarak “İnsanın içinde yaşadığı, varlığını, özelliğini ve niteliğini fiziksel olarak algıladığı ortama fiziksel çevre” denilmektedir (Karaman ve Türkay, 2006: 20).

Fiziksel çevre, oluşumu bakımından doğal ve yapay çevre olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bunlardan doğal çevre, insan emeği olmadan kendiliğinden oluşan çevredir. Doğal çevre, insan, hayvan ve bitki gibi canlı öğeleri ve hava, toprak, su gibi cansız öğeleri içermektedir. Yapay çevre ise, insanların doğal çevredeki kaynakları ve zenginlikleri kullanarak meydana getirdiği çevre olarak ifade edilebilir. Yollar, evler, binalar v.b. unsurların her biri yapay çevrenin birer parçasıdır (Karaman ve Türkay, 2006: 20-21).

Turizmin temelinde yer alan çevrenin, sürdürülebilir turizm üzerinde birtakım etkileri söz konusudur. Bu etkilerden bir kısmı turizmi olumlu, bir kısmı ise olumsuz yönden etkilemektedir.

Turizm, doğru planlandığında ve uygulandığında fiziksel çevre üzerinde olumlu etkiler yaratmakta, bu da turizmin sürdürülebilirliğine katkıda bulunmaktadır. Bu etkiler, şu şekilde sıralanabilir (Avcıkurt, 2003: 33):

- Turizmdeki olumlu gelişmeler ve kontroller, denizlerin, kıyıların, ormanların v.b. kısacası doğal alanların korunmasına katkıda bulunabilir.

- Turizm, tarihi, arkeolojik alanların ve yapıların korunmasına katkı sağlayabilir.

- Yabancıların doğal çevreye ve yapıya yerli halktan daha fazla önem vermesi, yerel halkın da çevreye duyarlı veya daha duyarlı olmasını sağlayabilmektedir.

- Turizm ile, yollar, havaalanları, su kaynakları, kanalizasyon ve iletişim olanakları gibi altyapı hizmetlerinin geliştirilmesi ve iyileştirilmesi söz konusu olabilmektedir.

Sürdürülebilir turizmin fiziksel çevre üzerindeki olumlu etkilerinin yanında bazı olumsuz etkileri de mevcuttur. Turizmin fiziksel çevre üzerindeki olumsuz etkileri şu başlıklar halinde sıralanabilir (Kahraman ve Türkay, 2006: 59):

- Su kirliliği,
- Hava kirliliği,
- Gürültü kirliliği,
- Görüntü kirliliği,
- Kalabalık ve izdiham,
- Arazi kullanım sorunları,
- Ekolojik aksaklıklar,
- Çevresel tehlikeler,
- Atık sorunu,
- Tarihi ve arkeolojik alanlara verilen zarar.

Turizmin olumlu etkilerini iyi değerlendirmek, olumsuz etkilerini ise ortadan kaldırmak ya da en aza indirmek gerekmektedir.

1.3.4.3. Sürdürülebilir Turizm ve Çevre İlişkisi Belirleyicileri

Sürdürülebilir turizm ve çevre arasındaki ilişki incelendiğinde, üzerinde önemle durulması gereken birtakım konuların ve kavramların var olduğu söylenebilir. Bunlar, çevresel planlama, taşıma kapasitesi, çevresel etki değerlendirmesi ve çevre hukuku olarak sıralanabilmektedir.

1.3.4.3.1. Çevresel Planlama

Sürdürülebilir turizmin gerçekleştirilebilmesinde en önemli konulardan biri çevresel planlamadır. Bir bölgenin çevresel planı, o bölgenin kalkınma planlarının bir parçası konumundadır. Çevresel planlama yapılırken, sürdürülebilir turizminin çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin göz önüne alınması gerekmektedir. Buna bağlı olarak, turizmin olumlu etkilerin devam ettirilmesi, olumsuz etkilerin de azaltılması ve sona erdirilmesi yönündeki düzenlemeler üzerinde durulmalıdır (Kahraman ve Türkay, 2006: 55). Bir çevresel plan dahilinde sürdürülebilir kalkınmayla ilgili koşullar şu şekilde sıralanabilir (Ceylan, 2001: 72-73):

- Kirleten öder ilkesinin uygulanması,
- Turizm yatırımlarında çevresel etki değerlendirmesi yönteminin uygulanması,
- Altyapı olanaklarının geliştirilmesi,
- Temiz enerji kaynaklarının kullanılması,
- Turizm geliştirilmesi konusunda ortak kararların alınması ve uygulanması,
- Biyolojik çeşitliliğin oluşturulması.

Bütün bu koşulların uygulanması ve denetimi için çevreyle ilgili sıkı bir denetim sisteminin oluşturulması gereklidir. Kirleten öder ilkesinde, çevreye zarar veren kişi ve kuruluşlara ağır cezaların verilmesi söz konusudur. Çevreyle ilgili yaptırım gücü yüksek cezalar, kişi ve kurumların aynı hataları tekrarlamaması için gerekli olabilmektedir. Sürdürülebilir kalkınmanın bir çevresel plan dahilinde

gerçekleştirilmesi için, bu plana uygun altyapı olanaklarının var olması ya da geliştirilmesi şarttır. Yetersiz altyapı olanakları, ilgili planların uygulanmasında zorluklarla ve sorunlarla karşılaşılmasına neden olmaktadır. Sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirmek için çevreye zarar vermeyen enerji kaynaklarının (güneş, rüzgâr, jeotermal enerji gibi) kullanılması gerekmektedir. Turizmin geliştirilmesiyle ilgili ortak kararların alınarak uygulanması da sürdürülebilir kalkınmanın bir çevresel plan dahilinde gerçekleştirilmesi için gereklidir. Turizmin sürdürülebilir anlamda geliştirilmesi için özel sektörün, kamu sektörünün ve yerel halkın ortak kararlar alması ve bu kararların uygulanmasında birbirleriyle iletişim ve iş birliği içerisinde olması gerekmektedir. Kararların uygulanmasında özellikle yerel halkın desteği ve katılımı son derece önemlidir.

Bir çevresel plan dahilinde sürdürülebilir kalkınmayla ilgili koşullardan biri biyolojik çeşitliliğin oluşturulmasıdır. Biyolojik çeşitlilik, ekosistemlerin insanlığın refahı için gerekli olan yaşam destek sürecini sürdürebilme yeteneğinin ve sağlıklı çevrenin bir göstergesidir. İklim değişiklikleri, kirlenme ve kaynakların aşırı ve sürdürülebilir olmayan kullanımı, biyolojik çeşitliliğe çok ciddi biçimde zarar vermektedir. Özellikle biyolojik çeşitlilik içindeki üç önemli ögeden biri olan ekosistem çeşitliliğinde (diğerleri genetik ve tür çeşitliliği) su dolaşımı, toprak oluşumu ve enerji akışı gibi temel süreçler, sürdürülebilir kalkınma yaklaşımı için son derece önemlidir (www.tobb.org.tr).

1.3.4.3.2. Taşıma Kapasitesi

Turizmde taşıma kapasitesi genel olarak, fiziksel çevrede kabul edilemez bir değişiklik ve turistlerin deneyimlerinin kalitesinde kabul edilemez bir düşüş olmadan bir bölgeyi veya alanı kullanabilecek en fazla insan sayısı olarak tanımlanabilir (Saarinen 2006: 1125; Simon, Narangajavana ve Marques 2004: 277). Bir başka tanıma göre taşıma kapasitesi, bir bölgedeki kaynakları olumsuz olarak etkilemeden, ziyaretçilerin tatminini düşürmeden ya da bölgenin ekonomisi ve kültürü üzerinde

olumsuz etkiler yaratmadan, o bölgenin kullanımı olarak da ifade edilebilir (Avcı, 2007: 490).

Sarrinen'e göre (2006) taşıma kapasitesi, fiziksel, ekonomik, algısal, sosyal, ekolojik ve politik olarak altı alt grupta değerlendirilir. Simon ve diğerlerine göre ise (2004) taşıma kapasitesi, sosyal, ekonomik ve ekolojik olmak üzere üç boyutta değerlendirilebilir. Avcı ise (2007), bu üç boyuta dördüncü bir boyut olarak psikolojik taşıma kapasitesini de eklemiştir. Buna göre, sosyal taşıma kapasitesi, toplumun ziyaretçilerden etkilenme düzeyi ya da turistlerin varlığıyla ilgili hoşgörü derecesi olarak tanımlanabilir. Sosyal taşıma kapasitesi, bölge toplumunun kabul etmeyeceği etkileri içermeyen, bölgenin en çok kullanım düzeyi olarak da tanımlanabilir. Ekonominin diğer sektörlere yeteri kadar önem vermeyerek, turizme aşırı bağlılığıyla ilgili olan ekonomik taşıma kapasitesi, turizmin bir bölgeye ekonomik anlamda yararları ve maliyetleri arasındaki dengeyi ifade etmektedir. Turizmin fiziksel çevreyle etki derecesiyle ilgili olan ekolojik taşıma kapasitesi, turizmin ve ziyaretçilerin doğa üzerindeki etkilerinin kabul edilebilir düzeylerdeki sınırının belirlenmesini ifade eder. Turizmin geliştirilmesi için çevrenin korunmasının göz ardı edilmesi, sürdürülebilir bir turizm gelişiminin ortadan kaldırılması anlamına gelmektedir. Doğal kaynakların turistik kullanıma açılması sonucu, eğer kaynaklar yok oluyorsa ya da bir şekilde zarar görüyorsa, bu durumda ekolojik taşıma kapasitesi aşılmış olacaktır. Çalışmanın konusuyla bağlantılı olarak daha çok üzerinde durulan taşıma kapasitesi boyutu, ekolojik taşıma kapasitesidir. Turizmde psikolojik taşıma kapasitesi ise, bir turistik alanın çekiciliğini kaybetmeye başlamadan önce, turistlerin hoşgörüyle karşılayabilecekleri kalabalıklaşma düzeyidir. Bu kapasite, turistlerin bölgeyle ilgili memnuniyet derecesini göstermektedir. Sürdürülebilir bir turizm gelişimden bahsedildiğinde, taşıma kapasitesinin bu dört boyutunun da aşılmaması gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Taşıma kapasitesiyle ilgili dünyadaki en belirgin örnek, hac ibadeti sırasında yaşanmaktadır. Dünyada her yıl milyonlarca Müslüman hac ibadetini yerine getirmek ve hacı olabilmek için belirli bir zaman aralığında Suudi Arabistan'a gitmektedir. Ülke hükümeti, taşıma kapasitesinin aşılmaması ve dolayısıyla

sorunların çıkmaması için her yıl hacı gönderen Müslüman ülkelere belirli sınırlamalar uygulamaktadır. Bu sayede her ülke, belirlenen sınırlamalar dahilindeki kadar insanı bölgeye yollayabilmektedir.

Bazı bölgelerde plansız turizm hareketleri sonucu taşıma kapasiteleri aşılmakta ve doğal kaynakların üzerine aşırı yük binmektedir. Örneğin, Karayipler’de, turistlerin deniz ürünlerine olan aşırı talebinin, zamanla ıstakoz ve sedef kabuğu varlığını olumsuz etkilediği belirlenmiştir. Japonya’da ise, deniz kaplumbağalarından yapılan takı ve süs eşyalarının çok talep görmesi, bu canlıların aşırı avlanmasına neden olmuştur (T. Demir, 1999: 123). Dolayısıyla, bu canlıların sayısında bir azalma görülmüş ve ekolojik dengede olumsuz durumlar meydana gelmiştir. Bu gibi durumların aynı şekilde devam etmesi sonucu zamanla bu tür canlıların o bölgede görülmesi olanaksız olacaktır.

1.3.4.3.3. Çevresel Etki Değerlendirmesi

Sürdürülebilir turizmle çevre arasındaki ilişkide üzerinde durulması gereken önemli konulardan biri de çevresel etki değerlendirmesidir. Çevresel etki değerlendirmesi (ÇED), konuyla ilgili Çevresel Etki Değerlendirmesi Yönetmeliği’nin dördüncü maddesine göre şu şekilde tanımlanmıştır (www.cevreorman.gov.tr):

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 ifade etmektedir.

Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED) Yönetmeliği, 07.02.1993 tarihli ve 21489 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir (Çevik, 1999: 128). Yönetmelik daha sonra revize edilerek yeni tarihlerde ve sayılarla yeniden yürürlüğe girmiştir (23.06.1997 tarihli ve 23028 sayılı ÇED Yönetmeliği, 06.06.2002 tarihli ve

24777 sayılı ÇED Yönetmeliği, 16.12.2003 tarihli ve 25318 sayılı ÇED Yönetmeliği) (www.cevreorman.gov.tr).

ÇED raporlarında, çevrenin mevcut durumunun belirlenmesi, yapılacak faaliyetlerin çevreye etkilerinin belirlenmesi, bütün çevresel etkilerin değerlendirilmesi ve alternatiflerin karşılaştırılması gibi konu başlıkları yer almaktadır (Çevik, 1999: 134).

Ekonomik ve sosyal gelişmeleri önlemeden, çevre değerlerini ekonomik politikalar karşısında korumak, ÇED'in amacını oluşturmaktadır. Çevreyi koruma amacıyla, yatırımların proje aşamasında veya bir bölgenin gelişim projelerinin hazırlanması sırasında gerekli olan ÇED raporu, bu yolla yapılması düşünülen yatırımların tüm çevre değerlerine zarar vermeksizin gerçekleştirilmesini olanaklı kılmaktadır (Kahraman ve Türkay, 2006: 59). Dolayısıyla turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde de, o faaliyetlerle ilgili ÇED raporu hazırlamak ve ilgili makamların görüşüne göre hareket etmek gerekmektedir.

1.3.4.3.4. Çevre Hukuku

Sürdürülebilir turizm ve çevre ilişkisinde önem verilmesi gereken konulardan biri de çevre hukukudur. Çevrenin korunması ve geliştirilmesiyle ilgili birçok hukuki konu vardır. Çevre hukukunun temelinde yer alan başlıca kanunlar; anayasa, çevre kanunu, Çevre Bakanlığı'nın kuruluşu ve görevleri hakkında kararname, yönetmelikler, Bakanlar Kurulu kararları, tebliğ ve genelgeler, uluslararası sözleşme ve protokoller şeklinde sıralanabilir (Karaman ve Türkay, 2006: 64).

T.C. Anayasası'nın 56. maddesinde, "Herkes sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir. Çevreyi geliştirmek, çevre sağlığını korumak ve çevre kirlenmesini önlemek devletin ve vatandaşların ödevidir." ifadelerine yer verilmiştir (Karaman ve Türkay, 2006: 64; www.tbmm.gov.tr).

11.08.1983 tarihli ve 18132 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Çevre Kanunu’nda çevre ile ilgili altı bölüm yer almaktadır. Bu bölümler şu başlıklar halinde sıralanabilir (www.cevreorman.gov.tr; Karaman ve Türkay, 2006: 65):

Birinci bölüm, amaç, tanımlar ve ilkeler,
İkinci bölüm, yüksek çevre kurulu ve görevleri,
Üçüncü bölüm, çevre korumasına ilişkin önlemler ve yasaklar,
Dördüncü bölüm, çevre kirliliğini önleme fonu,
Beşinci bölüm, cezai hükümler,
Altıncı bölüm ise çeşitli hükümleri kapsamaktadır.

11.08.1983 tarihli ve 18132 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren Çevre Kanunu’nun birinci maddesine göre (maddenin değişikliği 26.04.2006) kanunun amacı, “Bütün canlıların ortak varlığı olan çevrenin, sürdürülebilir çevre ve sürdürülebilir kalkınma ilkeleri doğrultusunda korunmasını sağlamak” olarak ifade edilmiştir (www.cevreorman.gov.tr).

Çevre hukuku ile ilgili, Kıyı Kanunu, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu, Milli Parklar Kanunu, Orman Kanunu, Boğaziçi Kanunu gibi kanunların yanında birçok yönetmelik, tebliğ ve genelge de mevcuttur. Turizm hukukuyla ilgili olarak ise, 2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu’nun özellikle ikinci bölümü, Turizm Tesisleri Yönetmeliği’nin on ikinci, on dördüncü ve on yedinci maddeleri ve Kamu Arazisinin Turizm Yatırımlarına Tahsis Yönetmeliği’nin bazı kısımları çevreyle ilgili konuları içermektedir (Karaman ve Türkay, 2006: 65-73; Yıldırım, 2007: 219).

İKİNCİ BÖLÜM

BÖLGESEL PLANLAMA VE TURİSTİK ÜRÜN OLUŞUMU

2.1. BÖLGESEL PLANLAMA

Bölgelerle ilgili yapılan araştırma ve planlama çalışmalarında, öncelikle bölgenin tanımı ve tespiti konuları üzerinde durulması gerekmektedir. Bölgenin amaca, probleme ve ölçeğe göre göreceli olduğu söylenebilir. Bu nedenle ülkemizde hemen hemen her merkezi idare biriminin çeşitli gerekçelerle bölge teşkilatları kurmasından dolayı, birbirinden çok farklı bölge alanlarının bulunduğu söylenebilmektedir. Bugün bilim adamlarının bölge planlama amacıyla ele alınan bölge kavramları konusunda fikir birliği içinde olduğu söylenebilmektedir. Bu bağlamda değerlendirilen üç bölge tipi şunlardır (Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği, 1993: 321):

- Homojen Bölge: Bu bölgeler, birbirilerine olabildiğince yakın olan birimlerin bulunduğu alanlardır. İncelenen sorunun içeriği dikkate alındığında, bir ülkeyi çeşitli sayıda bölgelere ayırmak, bu tanımlamayla olanaklıdır. Örneğin, sadece kişi başına düşen milli gelir ve doğal kaynaklar dikkate alınarak bölgeler tespit edilebilir.

- Fonksiyonel Bölge: Bir merkez ile onu çevreleyen ve bu çerçeve içerisinde örgütlenen bağımlı bir etki alanını kapsamaktadır. Bölgeyi meydana getiren unsurlar arasında bir tutarlılık ve tamamlayıcılık söz konusudur.

- Plan Bölge: Bu bölgeler belirli bir süre içerisinde verilen bir hedefi gerçekleştirmek için tespit edilmektedir. Bu tip bölgelerde, çözümlenmesi gereken sorunun çeşidine göre farklı plan bölgeleri belirlenmektedir.

Buna bağlı olarak bölge, belirli kıstaslar bakımından ortak özellikler gösteren homojen alanlardır. Bazı kıstaslar bakımından homojen olan bu alanların çok küçük

birimlerinde bile farklılıklar olabilmektedir. Bütün mesele, alana hangi kıstas dikkate alınarak bakıldığıdır (Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği, 1993: 16).

Planlama, hayatın her döneminde her zaman var olan bir kavramdır. Planlama, yapılacak bir işin, bir köprü yapımının, sinemaya gitmenin, sınav programı hazırlamanın, bir bahçenin düzenlenmesinin, aile bütçesinin, tatilin planlanması gibi insan hayatının her döneminde karşımıza çıkmaktadır. Buna bağlı olarak planlamayla ilgili kullanılan birçok kavram mevcuttur (çevre planlaması, aile planlaması, okul planı gibi).

Çalışmanın konusunu oluşturan planlama kavramı politika kavramıyla yakından ilgilidir. Bu nedenle planlama ve turizm planlaması kavramlarından bahsetmeden önce politika ve turizm politikası kavramlarından kısaca bahsedilmesinde fayda vardır. Bu bağlamda politika, “Davranış biçimi, düşünce yapısı” anlamına gelmektedir (www.tdk.gov.tr). Türk Dil Kurumu’nun Türkçe sözlüğünde politikanın ilk anlamı, “Devlet işlerini düzenleme ve yürütme sanatı, siyaset”, ikinci anlamı ise “yöntem” olarak ifade edilmiştir (Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük, 1998: 1815).

Politika tanımları da dikkate alındığında, genel anlamda turizm politikası, belirli bir yapı ve sisteme dayalı ekonomik politikanın turizme uygulanması olarak ifade edilmektedir (Sürücü, 1999: 25). Yani turizm politikası, devletlerin turizmle ilgili gerçekleştirmek istediği ya da istemediği her şeyi kapsamaktadır (Zhang, Chong ve Jenkins, 2002: 39). Bir başka tanıma göre turizm politikası, bir ülkede turizm endüstrisinin geliştirilmesi, yönlendirilmesi ve denetlenmesi amacıyla, yönetimler tarafından çeşitli araçlar kullanılarak belirlenen yaklaşımların, hedeflerin ve alınan önlemlerin bütünüdür (Usta, 2008: 191). Daha kapsamlı bir tanımda Olalı (1990), turizm politikasını şu şekilde tanımlamıştır:

Bir ülkenin tüm insanlarına turizme katılarak maddi ve manevi dinlenme olanakları sağlamak, çevreyi koruyarak turizm ihtiyaçlarının karşılanması için gereken en uygun altyapıyı ve üstyapıyı kurmak amacı ile kamu yönetiminin turizm alanına dolaylı ve dolaysız her türlü müdahalesidir.

Bütün turizm politikalarının temelini üç önemli öge oluşturmaktadır. Bunlar; ziyaretçi memnuniyeti, çevresel koruma ve yatırımcılar ve planlamacılar için uygun teşviklerdir (Pearce, 1989: 248). Sürdürülebilir turizm politikaları ekonomik, sosyal, kültürel, çevresel ve teknolojik bakış açılarıyla bağlantılı, uygulanabilir tanımları, ilkeleri, stratejileri, hareket planlarını ve kontrol sistemlerini içermelidir (Choi ve Sirakaya, 2006: 1277). Turizm, kendi kendine yeten bir politika alanı değildir. Turizm, ulaştırma, kırsal kalkınma, çevresel koruma gibi politika alanlarıyla örtüşmektedir. Böylece turizmi etkileyen toplam planların küçük bir kısmının sadece kendisiyle bağlantılı olduğu söylenebilir (Pearce, 1989: 245).

Turizm politikalarının gerçekleştirilmesinde birtakım araçlar kullanılmaktadır. Bu araçlar, turizm planlaması, turizm örgütü, parasal kaynaklar, otorite, koordinasyon, esneklik, çevre ilişkileri, denge, insan ilişkileri, kontrol olarak sıralanabilir (Olalı, 1990: 34). Çalışmanın asıl konusu turizm planlaması ile ilgili olduğu için, yukarıdaki politika araçlarından daha çok turizm planlaması ve ilgili konular üzerinde durulmasında fayda vardır.

2.1.1. Turizm Planlaması

Günümüzde yaygın olarak kullanılan plan kavramı, “Bir işin, bir eserin gerçekleştirilmesi için uyulması tasarlanan düzen” anlamına gelmektedir (Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük, 1998: 1810). Çalışmanın konusunu oluşturan planlama kavramı ise, sosyal, politik, ekonomik, psikolojik, antropolojik ve teknolojik faktörleri farklı oranlarda içinde barındıran, geçmiş, bugünü ve geleceği kapsayan bütünleşik ve disiplinli bir faaliyettir. Başka bir deyişle planlama, gelecekteki işlerin bugünden tespit edilerek, gelecekte nerede olunacağını ve oraya nasıl ulaşılması gerektiğinin önceden belirlenmesi ile ilgilidir (Usta, 2008: 205). Planlama, bireysel kararlardan çok birbirine bağlı ve sistematik, karar gruplarıyla ilgili bir karar verme ve politika hazırlama sürecidir (Hall, 1999: 6). Planlama, hedeflenen amaçların gelecekte gerçekleştirilmesini sağlamak için geniş boyutta düzenlenmiş sistematik faaliyetleri ifade eder. Bu amaçlar, çevresel korumayı, kentsel kalkınmayı, ekonomik

faaliyetlerin belirli şekillerini, sosyal eşitliği ve diğer birçok konuyu içermektedir (Wheeler, 2004: 11). Farklı bir tanıma göre planlama, düzenli kalkınmayı desteklemek için, bir sistemdeki değişiklikleri tahmin etmek ve düzenlemekle ilgilidir. Böylece kalkınma sürecinin sosyal, ekonomik ve çevresel yararları arttırılacaktır. Aynı zamanda planlama, hem tek bir amacı başarmakla, hem de birçok amaç arasındaki dengeyi sağlamakla ilgili düzenli bir işlem sırası haline gelmektedir (Pearce, 1989: 246). Bir iş anlamında planlama, daha çok kentsel ve bölgesel ölçekte alan kalkınmasının yönetimiyle ilgilidir. Ancak bu alan günümüzde oldukça genişlemiş ve planlama faaliyeti gelecekte beklenen durumların, hem kamu sektörüyle hem de özel sektörle birlikte düşünülmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Wheeler, 2004: 11). Eş güdümlü ve kapsamlı planlama, dünyadaki kırsal ve kentsel uygulamaların tümüne ait yaklaşımlarda, sürdürülebilir turizm için anahtar bir rol oynamaktadır. Etkili planlama esas olanı korumayı amaçlar. Planlamacılar, yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin farkında olmak zorundadır (Henderson, 2005: 124-1255).

Planlama kavramından yola çıkarak bölgesel planlama kavramı, bir bölgenin ekonomik, sosyal ve fiziki yönden koordinasyonunun sağlanması anlamındadır. Yani, bir bölgenin, uygun biçimde düzenlenmesi ve bu düzenin gereklerine uygun şekilde donatılmasıdır. Bölge planlamasında temel nokta, bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesidir (Arslan, 2005: 278).

Turizm politikası araçlarından biri olan turizm planlaması, günümüzde üzerinde önemle durulması gereken bir kavramdır. Genel olarak turizm planlaması, genel planlama yaklaşımlarının turizm sisteminin belirli özelliklerine uyarlanarak uygulanmasıdır (İçöz, Var ve İlhan, 2002: 60). Daha geniş bir tanıma göre turizm planlaması, belirli bir dönemde turizm sektöründe ulaşılmak istenen hedefleri, bu hedeflere ulaşılmasında yararlanılabilecek araçları, olanakları, yapılacak işleri, işlerin zamanlamasını ve sorumlularını gösteren disiplinli bir düzenlemedir (Olalı, 1990: 25). Turizm planlaması ile, alternatif turizm türlerinin tanımlanması, istenen durumların yaratılması ve arzu edilmeyen durumlardan kaçınılması, beklenmeyen durumlara kolay uyum sağlanması ve sonuçların ölçülmesi,

değerlendirilmesi ve denetlenmesi gibi amaçlara ulaşılması söz konusudur (Usta, 2008: 207). Turizm planlaması, turizmin insan refahına ve çevresel kaliteye olan potansiyel katkısının en üst düzeye çıkarılmaya çalışıldığı, araştırmaya ve değerlendirmeye dayanan bir süreçtir (Pearce, 1989: 246). Turizm planlaması genel olarak, altyapı (kanalizasyon, elektrik, su ve ulaşım), yerel ekonomik faaliyetler, fiziki ve ekonomik özellikler, sosyo-kültürel yapı, gerek duyulan ilave altyapı hizmetleri (sağlık, iletişim, konut gibi) ve iklim faktörlerinin üzerinde durulmasını gerektirmektedir (Pill, 1996: 59). Turizm planlaması tanımları ışığında turizm planlamasıyla ilgili temel ilkeler şunlardır (Gunn, 1994 :29-30; Hall, 1999: 11):

- Planlama bütün seyahatleri ve bunlarla ilgili esasları kapsamalıdır.
- Planlama, daha iyi bir geleceğe yönelik olmalıdır.
- Planlama ve planlar, gelişmekte olan turizm sürecini dikkate almalıdır.
- Ekonomik kalkınma, planlamanın tek amacı olmamalıdır.
- Planlama, turizmle ilgili çekicilik, altyapı ve ulaşım unsurlarını içermelidir.

Bu üç unsurun birbiriyle bütünleşmesine gereksinim duyulmaktadır.

- Planlama süreci kendi içinde sürekli bir etkileşim içerisindedir.
- Planlamanın etkili olabilmesi için, sadece uzmanlaşmış planlamacıları değil

bütün elemanları kapsamaması gerekmektedir.

- Turizm planlaması, bir bölgesel bakış açısına sahip olmak durumundadır.

Çünkü, birçok sorun küçük alanlarda ortaya çıkmaktadır. Başarı için geniş bir planlama çerçevesi gereklidir.

- Planlama toplumsal gereksinimleri ve amaçları dikkate almak durumundadır.

Turizm faaliyetlerinde bir arazi kullanımı söz konusu olduğu için, bu faaliyetlerde mutlaka turizm planlamasına gereksinim vardır. Bu yüzden, turizmin ev sahibi topluma olan yararları arttırırken, olumsuz sosyal, ekonomik ve çevresel etkileri azaltılmalı ve ortadan kaldırılmalıdır.

Planlama ile sağlanacak olumlu yapı, planlama yapılmadığında oluşacak olumsuzlukların tespit edilmesiyle belirlenebilmektedir. Planlama yapılmadığında oluşabilecek olumsuz sonuçlar şunlardır (Demircioğlu, 1997: 40-41):

Fiziksel Sonuçlar:

- Fiziksel çevrenin yıpranması ya da olumsuz yönde sürekli değişmesi,
- Kültürel ve tarihi alanlardaki kaynakların yıpranması ya da olumsuz yönde sürekli değişmesi,
- Aşırı kalabalığın altyapı üzerindeki baskısı,
- Çevre kirliliği,
- Trafikte ilgili sorunlar.

Bireyler Üzerindeki Sonuçlar:

- Bölgesel yoğunluk nedeniyle, bölgesel halkın hizmetlerden daha az yararlanması, hizmetlere ulaşmadaki güçlükler,
- Bölge halkının bir bölümünde turiste karşı tavır alma,
- Kültürel kimlik kayıpları,
- Turizmle ilgili personelin eğitim eksikliği (artan talep karşısında eğitime gerek duyulmaması),
- Bölgede, turizmin getirilerine karşı bilinçsizlik.

Pazarlamayla İlgili Sonuçlar:

- Yeni pazar olanaklarını değerlendirme konusunda yetersizlik,
- Rakip alanların etkisiyle mevcut pazar payının düşmesi,
- Temel pazar yapıları hakkında yeterince bilgi sahibi olunamama,
- Potansiyel pazarlar hakkında bilgi eksikliği,
- Turizm işletmeleri arasında iş birliğinin olmaması ya da yetersiz olması.

Örgütsel Sonuçlar:

- Yerel yönetimlerden gerekli desteğin sağlanamaması,
- Turizmle ilgili sorunların saptanması ve giderilmesinde bilinçsizlik.

Diğer Sonuçlar:

- Uygun olmayan trafik yapısı,
- Yeterli sayıda çekiciliğin ve etkinliğin olmaması,
- Önemli ölçüde mevsime bağımlılık ve düşük kalış süreleri,
- Hizmetlerin ve ilgili olanakların yetersiz olması.

Son yıllarda özellikle sürdürülebilir kalkınma kavramı, turizm planlamasına ciddi bir önem ve hız kazandırmıştır (Harrill ve Potts, 2003: 235). Sürdürülebilir turizm planlaması, turizmi diğer sektörlerle bütünleştiren, uzun dönemli amaçları destekleyen ve ev sahibi toplumun ihtiyaçlarını düzenlemek için esnek bir yapıda olan stratejik bir yaklaşımı gerektirir (Priskin, 2003: 271). Sürdürülebilir turizm planlamasının başarısı, uygun gelişmelere yönelik mevcut planlama ve yönetim işlevlerine ve artan turizm talebinin yarattığı altyapı ve çevre üzerindeki baskılara karşı koyabilme gücüne bağlıdır (Connell, Page ve Bentley, 2009: 867).

Turizm yazınında çevresel açıdan elverişli bölgesel kalkınma politikaları ve planlamalarıyla ilgili birçok stratejiye rastlanmaktadır. Bu stratejiler, bölgelere ayırma, ileri yönetim programları ve çevreye uyumlu binaların yapılması gibi konuları içermektedir (Kelly ve diğerleri, 2007: 378). Turizm planlaması yaklaşımlarının birçoğu, planların hazırlanmasında temel oluşturan bir araştırma ve ölçme dönemini içermektedir (Sandiford ve Ap, 1998: 3).

Turistik destinasyonların başarılı olabilmesi için mutlaka bu yerlerle ilgili doğru planlama çalışmalarına ve uygulamalarına gereksinim vardır. Son yıllarda, turizm planlamasında stratejiler yaratmak ve bunları uygulamak amacıyla daha resmi ve kuralcı metotlardan, daha esnek, tekrarlanan süreçlere doğru bir değişim yaşanmaktadır. Devam eden bu süreçler, mevcut durumu değiştirmeyi, sürekli değerlendirmeyi, öğrenmeyi ve uyumu gerektirme konusunda daha hassas sayılmaktadır. Turizm planlamasına yapılan vurgunun artması, turizmden etkilenen ev sahibi toplumun, kamu otoritelerinin ve işletmelerin ilgilerini etkilemiş ve bu gruplar turizmde paylaşılan bir görünüm yaratma konusunda iş birliğinde bulunabilmişlerdir. Planlamada iş birliği yapmak, ilk bakışta zor ve zaman kaybına

neden olan bir durum gibi görülebilir. Ancak planlamada iş birliği, uzun dönemde anlaşmazlıkların çözülmesiyle ilgili maliyetlerden kurtulmayı, paydaşların bilgi birikimlerinin ve kapasitelerinin artmasını sağlaması açısından son derece gereklidir (Yuksel, Bramwell ve Yuksel, 1999: 351).

Bir bölgede turizm planlaması yapılmasının başlıca nedenleri şunlardır (İçöz, Var ve İlhan, 2002: 60):

- Bölgede turizmin kontrolsüz olarak gelişmesine engel olmak,
- Arazilerin doğru kullanımını sağlamak,
- Çevrede olumlu değişimler yaratmak,
- Toplumsal yapıda olumlu değişimler yaratmak,
- Taşıma kapasitesinin aşılmamasını sağlamak,
- Hizmet kalitesindeki düşmeyi önlemek.

Yukarıda sayılan nedenlerden dolayı yapılması adeta zorunlu hale gelen turizm planlarının yararları ise şu şekilde sıralanabilir (Usta, 2008: 207):

- Genel turizm gelişimindeki amaç ve politikaların belirlenmesine katkı sağlamaktadır.
- Doğal ve kültürel kaynakların korunarak turizmin gelişmesini sağlamaktadır.
- Ülkenin ya da bölgenin tüm faaliyet alanlarına turizmi katarak, turizm ile diğer sektörler arasındaki bağları kurmaktadır.
- Turizmin gelişimi konusunda, kamu kesiminin ve özel kesimin iş birliğini sağlamaktadır.
- Turizmin tüm öğeleri arasında eş güdümlü bir gelişimi sağlamaktadır.
- Turizmle ilgili sorunların en aza indirilmesini, turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal faydaları arasında dengenin kurulmasını sağlamaktadır.
- Turizmin gelişimi için fiziksel altyapının belirlenmesini sağlamaktadır.
- Özel turizm gelişim alanlarındaki ayrıntılı planların hazırlanmasına katkı sağlamaktadır.

- Planların, turizmde sürekli ve etkin olarak uygulanması için gerekli örgütlenmeyi sağlamaktadır.

- Turizmin gelişim sürecindeki temel ilkelerin belirlenmesini sağlamaktadır.

2.1.1.1. Turizm Planlamasının Gelişim Süreci

Planlamanın ve turizm planlamasının dünyada ve ülkemizde izlediği bir gelişim süreci mevcuttur. Buna bağlı olarak, planlamanın dünyadaki gelişim süreci, alan kalkınmasının Frankfurt gibi Almanya'nın bazı şehirlerinde 1890'lı yıllarda başlamasından sonra, bir iş kolu olarak şehir planlaması ilk olarak Britanya'da ve Kuzey Amerika'da (bu dönemde yerel yönetimler ilk planlama komisyonlarını, personelini ve imar kanunlarını oluşturmuştur) başlamıştır. Düzenli bir faaliyet olarak planlamanın başlangıcı, şehirlerin endüstriyel dönemin etkisiyle hızla büyüdüğü ve bunun da uygun olmayan sağlık koşulları, su arzı, ulaşım ve barınma gibi kentsel sorunlara yol açtığı on dokuzuncu yüzyılın sonlarına rastlamaktadır (Wheeler, 2004: 11).

Turizmde planlamayla ilgili ilk çalışmalar, 12. yüzyılda kutsal toprakların kitlesel ziyarete açılması konusunda Venedik Cumhuriyeti tarafından yapılan programlama çalışmalarına kadar uzanmaktadır. Ancak turizm faaliyetlerin ekonomik yönünün de düşünülerek planlanması çalışmalarının, turizmin ulaştığı büyük boyutlar dolayısıyla 1950'li yıllara rastladığı görülmektedir (Olalı, 1990: 429).

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki dönemde turizm talebinde hızlı bir artış yaşanmıştır. Bu talebe cevap vermek isteyen hükümetler ve girişimciler, turizm gelişmesinden kaynaklanacak olumsuz durumları göz ardı ederek turizm endüstrisine yatırım yapmaya başlamıştır. Ancak daha sonraki yıllarda, turizmin sadece olumlu etkilerinin olmayıp olumsuz etkilerinin de var olduğunun anlaşılması üzerine, 1950'li yıllardan itibaren ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde planlama çalışmalarına başlanmıştır. Günümüzde bazı bölgelerde (Akdeniz bölgesi, Karayipler gibi) ne yazık ki hâlâ o dönemlerin yanlış ve eksik uygulamalarının izleri görülmektedir

(İçöz, Var ve İlhan, 2002: 76-77). Günümüzde, birçok ulusal ve bölgesel turizm planına insan kaynakları unsurları dahil edilse de, bu planların içerikleri genellikle turizm endüstrisinin bütünüyle düşünülmesi yerine sadece ağırlama hizmetlerine odaklı olmaktadır (Liu ve Wall, 2006: 160).

Türkiye’de 1963 yılından bu yana beşer yıllık kalkınma planları hazırlanmaktadır. Bu planlar, ekonomi, insan kaynakları, eğitim, çevre, teknoloji, kültür, sağlık, turizm, hukuk gibi konularla ilgili düzenlemeleri, tedbirleri, hedefleri, ilkeleri, politikaları içermektedir.

Ülkemizde, bugüne kadar yürürlüğe giren kalkınma planları ve tarihleri şu şekildedir (www.dpt.gov.tr):

- I. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)
- II. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)
- III. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)
- IV. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)
- V. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)
- VI. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)
- VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)
- VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)
- IX. Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013)

Beş yıllık kalkınma planlarında turizmle ilgili gelişmelere İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda (1969 yılında Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile) yer vermeye başlanmıştır. Bu kararnamede, ülkenin turizme uygun yerlerinin belirlenip geliştirilmesi, yeterli yatak kapasitesine ulaşılması gibi konular üzerinde kararlar alınmış ve bunun için bir turizm koordinasyon kurulu kurulmuştur (Olalı, 1980: 371). Diğer Beş Yıllık Kalkınma Planları’nda da turizmle ilgili tedbirlere, hedeflere, ilkelere, politikalara ve düzenlemelere yer verilmiştir. Ülkemizde, Kültür Turizm Bakanlığı son yıllarda sürdürülebilir turizm kapsamında, turizmin çeşitlendirilerek tüm yıla yayılması, turizmin ülke genelinde yaygınlaştırılması, doğaya, çevreye,

kültürel ve arkeolojik yapıya duyarlı bir turizm anlayışının benimsenmesi, turizm faaliyetlerine yerel yönetimlerin ve yerel halkın da katılımının sağlanması gibi konular üzerinde önemle durmaktadır (Karaman ve Türkay, 2006: 121).

Turizm planlaması gelişim süreci, değişik bölgeler ve ülkeler de göz önüne alınarak da bazı dönemlere ayrılabilir. Birinci dönem, turizm faaliyetlerinde hiçbir planın ve planlamanın söz konusu olmadığı yani plansız turizm gelişiminin yaşandığı dönemdir. Bu dönemde, turizm gelişiminin etkileri ve sonuçları, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından bilinmemektedir. İkinci dönemde ise, fiziksel altyapı çalışmaları turizm planlaması olarak değerlendirilmiştir. Bu dönemde turizm planlaması, yeni bir otel veya yol yapımı ya da bir alana ulaşımın sağlanması şeklinde basit bir süreç olarak görülmüştür. Üçüncü dönemde, turizm talebinde yaşanan hızlı artışlar doğrultusunda, yeterli düzeyde mal ve hizmet sunulması, bir planlama faaliyeti olarak görülmüştür. Bu dönemde, turistlerin beklentilerine önem verilmeden turistik ürünler geliştirilmiştir. Dördüncü dönem, tanıtım ve pazarlama çalışmalarına önem verildiği dönemdir. Ancak bu dönemde çevre ve insan faktörleri hiç düşünülmemiş, daha fazla turist çekebilmek için yapılan satış geliştirme çabaları turizm planlaması olarak görülmüştür. Nitekim Türkiye’de de 1990 sonrası, turizmde dış tanıtım ve pazarlama çabaları ön plana çıkmış ama bu çabalarda yerel halk, çevresel ve kültürel değerler pek fazla önemsenmemiştir. Beşinci dönem ise, turizmin mevsimsel ve dönemsel özelliğinden kaynaklanan zamansal ve mekânsal yoğunlaşmaya karşı alınan önlemlerin, turizm planlaması olarak kabul edildiği dönemdir (İçöz, Var ve İlhan, 2002: 79-81).

Ülkemizde turizm planlaması çalışmaları kapsamında 2000 yılı itibariyle Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmekte olan başlıca projeler şunlardır (Kahraman ve Türkay, 2006: 119-120):

- Turizm yatırım araştırmaları projesi,
- Turizm sektörü ana planı,
- Altyapı çevresel etki değerlendirmesi ve etüt projelerinin yapımı projesi,
- Akdeniz-Ege turizm altyapısı kıyı yönetimi (ATAK) projesi,

- GAP ve kalkınmada öncelikli yöre illerinde turizm amaçlı altyapı uygulamaları projeleridir.

2.1.1.2. Turizm Planlamasının Özellikleri

Turizm, sosyal, ekonomik ve çevresel bir faaliyettir. Turizm planlaması da, ulusal, bölgesel ve yerel düzeydeki farklı aşamaları etkilemektedir. Turizm planlaması, çevrenin korunmasını hesaba katmak zorundadır. Bu durumda turizmin mekânsal planlaması çok etkili olmaktadır. Turizm planlaması, bütün sosyo-ekonomik faaliyetlerle ve katılımın tüm düzeyleriyle tam olarak bütünleşmiş olmalıdır. Turizm planlaması sadece gelecekle ilgili planların oluşturulmasıyla değil, aynı zamanda bu planların uygulanmasıyla ilgilidir. Turizm planlamasının, doğru ürünü sağlama yoluyla pazara yönelik olması da son derece önemlidir. Planlamanın başında amaçlar belirlenmelidir (Pearce, 1989: 246). Turizm planlaması, dünyadaki birçok kalkınma planıyla yakından ilgilidir. Planlama sürecinde, arazi bilgisinden ekonomiye ve turist beklentilerinden yerel halkın beklentilerine kadar birçok faktör göz önüne alınmalıdır. Bundan dolayı, planların uygulanmasında hem süreci hem de sonucu etkileyebilecek ve değiştirebilecek birçok dış etki mevcuttur.

Turizm planlamasının, gerek hazırlanması gerekse uygulanması sırasında, -sürdürülebilir turizme katkı sağlaması açısından- bazı özelliklerinden bahsetmek olasıdır. Buna göre turizm planlamasının özellikleri şunlardır (Usta, 2008: 207-208):

- Turizm planlamasının bir amacı vardır. Planlama faaliyetinin ilk ve ön koşulu olan amaç, mevcut bir sorunun çözülmesiyle ya da gelecekte olabilecek gelişmelerle ilgilidir.

- Turizm planlaması bir yöntemdir. Planlama, aynı hedefe ulaşabilmek için mevcut olan farklı yöntemlerden birinin seçilmesiyle olasıdır.

- Turizm planlaması bir karar verme sürecidir. Planlama sürecinde, birçok seçenek arasından birinin/birkaçının seçilerek karar verilmesi gerekmektedir.

- Turizm planlaması, varsayımlara dayanır. Turizm planlaması, gelecekteki değişimlerin veya belirsizliklerin tahmin edilmesini gerektirdiğinden varsayımlara dayanmak zorundadır.

- Turizm planlaması doğru ve kapsamlı analizleri gerektirir. Geçmiş deneyimlerin ve eğilimlerin doğru analiz edilmesiyle, gelecekte sorun yaratabilecek belirsizlikler veya değişimler azaltılabilir.

- Turizm planlaması çok boyutlu bir faaliyettir. Turizm planlaması, sosyal, politik, ekonomik, psikolojik, antropolojik ve teknolojik birçok faktörü dikkate almayı ve bunları bütünleştirmeyi gerektirmektedir.

- Turizm planlaması çok aktörlüdür. Planlama, yöneticiler, uygulayıcılar ve toplumdaki kişiler gibi birçok farklı aktörü kapsamaktadır.

- Turizm planlaması politik bir olaydır. Planlama, profesyoneller, üst düzey yöneticiler, çeşitli halk kesimleri ve politikacılar arasında etkileşimi sağlamaktadır. Bu durum beraberinde politikayı da getirmektedir.

- Turizm planlamasının zaman ve mekân boyutu vardır. Bir plan, ancak belirli koşullar altında doğru ve geçerli olabilir. Herhangi bir konuda başarıya ulaşmış bir turizm planı, farklı bir yerde veya aynı yerde farklı bir zamanda aynı sonuçları yansıtmayabilir.

- Turizm planlaması esnektir. Sürekli bir süreç olan planlama, hızlı değişen koşullara ayak uydurabilecek esneklikte olmalıdır.

- Turizm planlaması uzun sürelidir. Turizm planlaması, bir bölgedeki yatırımların gerçekleştirilmesini, altyapının kurulmasını, hizmet sektörü

çalışanlarının ve yerel halkın bilinçlendirilmesini ve gerekli pazarlama çalışmalarının yürütülmesini de kapsayacak uzun vadeli bir yapılanmayı gerektirmektedir.

- Turizm planlaması bölge halkı tarafından kabul edilir. Planlama, halkın fikir ve görüşlerini dikkate alarak sürece dahil edilmesi ve planlamanın o bölgede yaşayanlar için yapılması gerçeğine dayanmaktadır.

Turizm planlaması, özelliklerine de bakıldığında, tek kişi ya da kurum tarafından gerçekleştirilebilecek bir çalışma değildir. Kapsamlı ve uzun süreli bir çalışma olan turizm planlamasında, şehir ve bölge planlamacıları, mimarlar, mühendisler, turizm işletmeciliğinde uzmanlaşmış kişiler, sosyologlar, antropologlar, konaklama, seyahat ve yiyecek-içecek işletmeleri temsilcileri, sürekli ikâmet eden veya mevsimlik konaklayan bölge halkı ve bölgeyi tercih eden turistler planlama sürecine dahil edilmelidir. Öte yandan turizm planların hazırlanmasında ve uygulanmasında planlamayı etkileyen faktörler ise, devlet politikaları, örgütler, turizm işletmeleri, yatırımlar ve bunun finansmanı, doğal ve kültürel kaynaklar, yerel halk, rakip bölgeler ve beklenmedik olaylardır (Usta, 2008: 208-209).

Tablo 2 : Temel turizm planlaması süreci

SÜRECİN BAŞLANGICI		
Planı Hazırlama Aşaması	1. aşama	Çalışmanın hazırlanması
	2. aşama	Amaçların belirlenmesi
	3. aşama	Araştırmalar
	4. aşama	Analiz ve sentez
	5. aşama	Planı düzenleme
	6. aşama	Öneriler
Planı Uygulama Aşaması	7. aşama	Uygulama
	8. aşama	Kontrol ve yeniden düzenleme
SÜRECİN BİTİŞİ		

Kaynak: Lai, Li ve Feng, 2006, s. 1173.

Tablo 2 incelendiğinde, turizm planlaması sürecinin, planı hazırlama ve uygulama aşamalarından oluştuğu görülmektedir. Planı hazırlama aşaması, çalışmanın hazırlanmasıyla başlamaktadır. Burada planla ilgili genel konular ele alınıp, planın taslağı oluşturulmaktadır. Amaçların belirlenmesi aşamasında, turizm planlama sürecinin ne gibi amaçlara hizmet edeceği belirlenmektedir. Planın hazırlanmasında gerekli araştırmalar yapıldıktan sonra, bu aşamaların analiz edilmesi gerekmektedir. Analiz aşamasından sonra plana en son hali verilerek, planla ilgili öneriler varsa, bunlar da dikkate alınmalıdır. Bu aşamaların ardından plan uygulamaya hazır hale gelmektedir. Hazır olan plan uygulanıp, planla ilgili kontroller ve gerekiyorsa yeniden düzenlemeler de gerçekleştirilmelidir.

2.1.1.3. Turizm Planlamasının Türleri

Turizm planlamasının, bölgeler içi, ulusal, bölgesel, yerel ve sektörel (sosyal turizm, dağlık alanlar, kıyı alanları gibi turizmin bir veya daha fazla türüyle ilgili) olmak üzere farklı ölçeklerde değerlendirilen türleri vardır (Pearce, 1989: 244).

Turizm planlamasıyla ilgili mevcut düzenlemelerin kapsamı, ekonomik, sosyal ve çevresel düşüncelerin bir birleşimidir. Üç farklı coğrafik planlama düzeyi (bölge, ülke ve mahalle) görülebilir ve her düzeyde çok sayıda halk temsilcisi etkindir (Pearce, 1989: 245). Turizm planları, büyüklüğü, süresi ve kapsamı bakımından üçe ayrılmaktadır (Usta, 2008: 212-214).

2.1.1.3.1. Büyüklüğü Bakımından Plan Türleri

Büyüklüğü bakımından turizm planları, uluslararası, ulusal, bölgesel, yerel ve işletme ölçekli olmak üzere beşe ayrılabilir. Bu planlardan ilk üçü makro (stratejik) planlama kapsamında, diğer ikisi ise mikro planlama kapsamında değerlendirilmektedir (Usta, 2008: 212).

Uluslararası turizm planları, ulaşım hizmetleri, tur programları, yakın ülkelerde bulunan tesisler, genel çekicilik unsurları, ülkelerin pazarlama ve tanıtım stratejileriyle ilgili konularda yapılan planları kapsamaktadır. Bölgesel ve yerel planların hazırlanmasına zemin hazırlayan ulusal turizm planları, ülkelerin -fiziki, sosyal ve doğal yapısıyla uyumlu planların oluşturularak- arz kapasitelerinin doğru kullanılması yoluyla kalkınmasını sağlar. Bölgesel turizm planları, bir ülke içindeki bir alanı kapsayabileceği gibi, turistik çekiciliklere göre şekillenmiş ülke sınırları dışındaki bir alanı da kapsayabilir. Küçük bir alanı kapsayabilen yerel turizm planları, bölgesel ve ulusal planlara (eğer varsa) uygun olmalıdır. Bu planlar, turistik kaynak ve çekiciliklerin artırılması, turistik hizmetlerin oluşturularak belirli bir kalitede sunulması, planlanan alandaki yerel halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesi, altyapının oluşturulması gibi gelişimleri hedefleyen planlardır. İşletme ölçekli turizm planları ise, ulusal, bölgesel ve yerel turizm planlarına uygun olacak şekilde, yerel yönetimlerin tesis projeleriyle ilgili planlamalardır (Usta, 2008: 212).

2.1.1.3.2. Süresi Bakımından Plan Türleri

Süresi bakımından incelendiğinde planlar üçe ayrılmaktadır. Bunlar, kısa, orta ve uzun dönemli turizm planlarıdır. Kısa dönemli turizm planları, genellikle bir-iki yılı kapsayan, ekonomik ve siyasal yapıya uygun biçimde gerçekleştirilen yatırım programlarına bağlı planlardır (İçöz, Var ve İlhan, 2002: 82). Yerel ve işletme ölçekli planlar, kısa dönemli planlardır. Kısa dönemli planlarda, zaman ve görev çizelgeleri, uygulama araçları açık bir şekilde belirtilir (Usta, 2008: 213). Genellikle üç-altı yıllık süreleri kapsayan orta dönemli planlar, ulusal planlar dahilinde değerlendirilen yatırım programları ve bölgesel ekonomik kalkınma planlarının sürelerine uygundur. Orta ve kısa dönemli planlara göre daha kapsamlı ve esnek olan uzun dönemli planlar, genellikle on-yirmi beş yıllık süreleri kapsar (İçöz, Var ve İlhan, 2002: 82). Bu planların kapsadığı sürenin uzun olması nedeniyle, planlarda zamanla değişikliklere gidilebilmesi beklenebilmektedir.

2.1.1.3.3. Kapsamı Bakımından Plan Türleri

Kapsamı bakımından turizm planları, kurumsal planlar, fiziksel planlar, faaliyet planları ve bütünleşik planlar olarak dörde ayrılmaktadır. Kurumsal turizm planları, turizm politikalarının oluşturulması, geliştirilmesi ve yürütülmesi konularıyla kimlerin ilgileneceğiyle ve turizm planlarının geliştirilmesi konusundaki araştırmalarla, programlarla ve stratejilerle ilgilidir. Fiziksel planlar, mevcut ve gelecekteki turistik faaliyetlerin ve yatırımların fiziksel çevrede nerelere, nasıl uygulanacağıyla ve turizmde arazi kullanımıyla ilgili konuları kapsamaktadır. Fiziksel planlarda, toplumun yararlanma hakkı da eşitlik ilkeleri çerçevesinde düşünülmelidir. Örgütsel faaliyetlerin (pazarlama, yatırım, finansman, insan kaynakları gibi faaliyet alanlarında) düzenlenmesini ve yürütülmesini sağlayan faaliyet planları, çevresel ve sektörel boyutta hazırlanabilir. Bütünleşik planlar ise, planlanan alanın bütün ekonomik, sosyal, çevresel, kültürel, politik boyutlarını içeren ve bölge için en uygun durumu gerçekleştirmek amacıyla yapılan planlardır (Usta, 2008: 213-214).

2.1.2. Bölgesel Turizm Planlaması

Bölgesel turizm planları, ülke içindeki belirli bir alanı kapsayacağı gibi, turistik çekiciliklere göre şekillenmiş ülke dışındaki bir alanı da kapsayabilmektedir. Bölgesel turizm planlarını hazırlamada ortak yaklaşım, toplumun da desteğini sağlayabilmek için bir yönetim ekibi belirlemektir. Bu ekip, özellikle taslak raporlar, politikalar ve planlama önerileri gibi konularda planlama takımının çalışmalarını gözden geçirmektedir (WTO, 1994: 9). Bir bölgenin ekonomik, fiziksel ve toplumsal açıdan planlanması anlamındaki bölge planlaması ile ilgili çalışmalar genellikle şu konular üzerinde yoğunlaşmaktadır (İçöz, Var ve İlhan, 2002: 88):

- Bölgesel politika,
- Bölgeye ulaşım ve bölge içindeki ulaşım ağı,
- Turistik çekiciliklerin türü ve yeri,

- Turizm gelişim alanlarının yeri,
- Tüm turistik tesislerin ve hizmetlerin türü, miktarı ve yeri,
- Bölgesel düzeyde çevresel, sosyo-kültürel ve ekonomik yapı,
- Bölgesel düzeyde öğrenim ve eğitim programları,
- Pazarlama stratejileri ve tanıtım programları,
- Örgütsel yapı, yasalar, düzenlemeler ve yatırım teşvikleri,
- Gelişimin aşamalara bölünmesi, proje programlama ve bölgenin bölümlere ayrılması uygulama teknikleri.

Bölgesel turizm planlamasının taşınması gereken niteliklere ilişkin iki temel faktörden bahsedilmektedir. Bunlardan birincisi, küresel anlamda mevcut yaklaşımlar ve gelişmeler; ikincisi ise, bölgenin ve ülkenin genel koşulları ve bölgesel düzeyde çözüm bekleyen sorunların nitelikleridir (Kılıç, 2004: 70).

Bölgesel turizm planlaması yapılmasının ve bu planların uygulamaya konulmasının birçok gerekçesi vardır. Bu gerekçeler şu şekilde belirtilebilir (WTO, 1994: 3-4; Yağcı, 2003: 15-16):

- Turizmin bütün politikalarını ve kalkınma hedeflerini (nelerin, nasıl başarılacağını) belirlemek,
- Turizmi geliştirmek ve böylece doğal ve kültürel kaynakları gelecek için süresiz olarak korumak,
- Turizmi bütün ayrıntılı kalkınma planlarıyla ve şehir veya bölge modelleriyle bütünleştirmek, turizm ve diğer sektörler arasında bağları kurmak,
- Hem özel sektöre hem de kamu sektörüne, turizm kalkınmasında dengeli bir temel sağlamak,
- Turizm sektörünün birçok elemanının (çekiciliklerin, etkinliklerin, olanakların, hizmetlerin ve pazarların) eş güdümlü korunmasını ve gelişmesini sağlamak,
- Turizmin ekonomik, çevresel ve sosyal faydalarını en üst düzeye çıkarmak, bu faydaları topluma eşit olarak dağıtmak, turizmin sorunlarını en aza indirmek,

- Çekicilikler, olanaklar, hizmetler ve altyapıyla ilgili turizm kalkınmasında turizmin çeşitlerine ve süresine rehberlik edecek fiziksel yapıyı sağlamak,
- Turistik olanaklara uygun tasarlanmış, birbiriyle uyumlu belirli kalkınma alanlarına ait detaylı planların standartlarını ve ilkelerini hazırlamak,
- Turizm sektörünün sürekli yönetimini gerekli kılan örgütsel çalışmaları sağlama yoluyla, turizm kalkınma planlarının ve politikalarının etkili şekilde uygulanması temeline dayanmak,
- Turizmi geliştirirken kamu sektörünün ve özel sektörün çabalarının ve yatırımlarının etkili eş güdümünü sağlamak.

2.1.2.1. Bölgesel Turizm Planlamasının İlkeleri

Avrupa Birliği tarafından yapılan çalışmalarda kabul görmüş, ulusal ve yerel turizm planlarına da uyarlanabilen bölgesel turizm planlamasının temel ilkeleri şunlardır (Yağcı, 2003: 197):

- Bütünleşme: Yerel halk ve işletmelerin yan yana gelmesi.
- Doğruluk: Ulaştırılması istenen mesajların ve bilgilerin doğru olması.
- Farklılık: Bölgenin diğer bölgelerden ayrılan özelliklerinin ortaya çıkarılması.
- Pazar Durumu: Arz edilen mal ve hizmetlerin talep edilenlerle uyumlu olması.
- Sürdürülebilirlik: Kaynakların gelecek kuşakların kullanımı da düşünülerek korunması ve geliştirilmesi.
- Turist Odaklılık: Turistik mal ve hizmetlerin, turistlerin ihtiyaç ve beklentilerine uygun olarak oluşturulması.
- Ayrıntılarla İlgilenme: Turizm arzıyla ilgili unsurların bütün unsularının dikkate alınması.
- Ortaklık: Kaynak yetersizliklerini azaltmak için yakın yerleşim birimleriyle ortak hareket etmek.
- Bağlılık: Belirlenen ilkelerden ayrılmamak.

- Zamanlama: Planlamayla ilgili her türlü çalışmanın zamanlamasının doğru belirlenmesi.
- Bağlantı: Turistik ürünlerin pazarlanması ile ilgili birimlerle bağlantıya geçmek.
- Özenli İletişim: Turistik ürünlerle ilgili her aşamada sağlıklı bir iletişimin kurulması.
- Kontrol: Sürecin, her defasında ve/veya gerektiğinde gözden geçirilmesi.

2.1.2.2. Bölgesel Turizm Planlamasının Aşamaları

Turizm planlama dönemi bazı temel aşamalardan oluşmaktadır. Pearce (1989), bu aşamaları beşe ayırmıştır. Buna göre, planlama sürecinin ilk aşaması, daha önceki çalışmalarda nelerin yapıldığının analiziyle başlar. Burada, hem olumlu hem de olumsuz birçok etki, önceki turizm kalkınma hareketlerinin ve turizmin politik öneminin analiziyle birlikte değerlendirilmektedir. İkinci aşama, turizm durumunun değerlendirilmesi aşamasıdır. Buna göre, turizm, ulusal sosyal ve ekonomik önceliklerden biri olarak görülmeli ve kalkınma çalışmalarında daha fazla desteklenmelidir. Böylece, hükümetlerin turizme destek düzeyi ve turizm planlarının uygulanabilirliği belirlenmelidir. Üçüncü aşama, turizm planlarının düzenlenmesiyle ilgilidir. Eğer önceki aşamalar, yeni turizm planlarına ihtiyaç duyulduğunu ortaya çıkarıyorsa, turizm kalkınmasının diğer biçimlerinin araştırılması ve mevcut kaynaklar ve fırsatlar ışığında yeni amaçların belirlenmesi gerekmektedir. Dördüncü aşama olan kalkınma stratejilerinin belirlenmesinde, turizm planlarında altı çizilen amaçlarla bağlantılı mevcut kalkınma kaynakları üzerinde durulmaktadır. İyi düzenlenmiş turizm endüstrisi, ulusal ve bölgesel kalkınmaya önemli ölçüde destek sağlamaktadır. Turizm planlamasında, sürekliliği sağlayan temel amaçlarla bunları destekleyen daha özel amaçlar bulunmaktadır. Bir turizm planı geliştirilirken, temel amaçların açıklanması ve tüm amaçlar arasında en üst düzeyde uyumun sağlanması son derece önemlidir. Bölgesel turizm planlamasının beşinci aşaması, belirli faaliyet programlarının beş temel alanda (kurumsal düzenleme, kalkınma, pazarlama ve

teşvik, personel kalkınması ve finansman) tanımlandığı eylemsel döneme geçiş aşamasıdır.

Bölgesel turizm planlamasında önemli olan nokta, planlama faaliyetlerinin, kamu sektörünü, özel sektörü, yerel halkı v.b. grupları etkilemesidir. Bu gruplar yerel, bölgesel veya ulusal ölçekteki ilgi düzeylerine bağlı olarak farklılık göstermektedir (Araujo ve Bramwell, 2002: 1138).

Sürdürülebilir turizmin gelişmesi konusunda birbirinden farklı paydaşların ve ilgi gruplarının olması, bölgeye her zaman farklı ve özel koşullarla yaklaşmanın gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bu durumda mevcut sorunların çözümünde ve bölgenin planlanmasında başarılı olunabilmesi için belirli bir yöntem söz konusu değildir. İlgili süreç, iki aşamayı gerektirmektedir. Bunlar, ne istenildiğinin ortaya konulduğu hedef belirleme aşaması ile istenene ulaşmayı sağlayacak planlama aşamalarıdır. İş birliğinin sağlanması da, politikaların koordinasyonu, amaçlar ve hedeflerin paydaşlarca birlikte belirlenmesi, idari koordinasyonun ve uygulama araçlarının belirlenmesi gibi benzer aşamaları içermektedir (Çıracı, Turgut ve Kerimoğlu, 2008: 98-99). Bölgesel turizm planlamasının aşamalarıyla ilgili bir ayrıma giden Usta'ya (2008) göre, bu süreç dört aşamada değerlendirilmektedir. Bu aşamalar; hazırlık aşaması, arz ve talebin planlaması, kaynakların korunması ve geliştirilmesi, bölgesel planlama teknikleri ve sürecidir.

2.1.2.2.1. Hazırlık Aşaması

Planlama çalışmalarının hazırlık aşamasında değerlendirilecek konular; ilgili sektörlerin gelişimi, iletişim ve eğitim, yaklaşımlarda gerçekçilik, kamu politikaları ve iş birliği ve uyum başlıkları altında toplanmaktadır. Planlama, kamu sektörünü, özel sektörü, ilgili diğer turizm kuruluşlarını ve toplumu ilgilendiren kapsamlı bir süreç olduğundan bütün bu grupların planlama aşamalarına dahil edilmeleri gerekmektedir (ilgili sektörlerin gelişime katılımı). Bunu gerçekleştirirken de öncelikle ilgili grupların konuyla ilgili olarak temel bilgilere sahip olması ve gruplar

arasında sıkı bir iletişim ağına kurulması şarttır (iletişim ve eğitim). Ayrıca, planlama aşamalarının her birinin bir maliyete neden olduğu düşünülerek, maliyetle ilgili tahminlerin doğru yapılmasının gerekliliği unutulmamalıdır (yaklaşımlarda gerçekçilik). Planlama faaliyetlerin başarıya ulaşmasındaki ön koşullardan biri uygun politikaların saptanmasıdır (kamu politikaları). Bunun dışında, turizm planlaması çalışmalarının, bölgesel ve ulusal diğer planlama çalışmalarıyla (kentsel planlama, endüstriyel gelişim planlamaları, ulaşım planlaması gibi) mutlaka uyumlu olması gerekmektedir (iş birliği ve uyum) (Usta, 2008: 215-216).

2.1.2.2.2. Arzın ve Talebin Planlanması

Bölgesel turizm planlamasının önemli aşamalarından biri arzın ve talebin planlanmasıdır. Arz ve talep, mal ve hizmetlerin planlanmasını, üretimini, pazarlanmasını, fiyatını, rekabet gücünü v.b. doğrudan etkileyen önemli iki kavramdır. Buna kavramlardan talep, satın alma gücüyle desteklenen satın alma isteği şeklinde tanımlanmaktadır (Yağcı, 2003: 21). Buna bağlı olarak turizm talebi ise, turizm pazarına yönelik satın alma gücüyle desteklenen seyahat ve tatil isteği şeklinde tanımlanmaktadır (Bull, 1996: 25). Diğer önemli kavram olan arz ise, belirli bir dönemde belirli bir fiyattan satılmak istenen mal ve hizmet miktarı şeklinde tanımlanmaktadır (Yağcı, 2003: 39). Buna tanıma bağlı olarak turizm arzı ise, “Bir ülkenin turistik işletmeleri ve kurumları kanalıyla turistlere sunduğu maddi ve manevi hizmetlerin bütünü” şeklinde tanımlanmaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 171).

Turizm arzı ve talebi tanımlarından da yola çıkarak, turizm gelişimi amaçlı arz ve talebin planlanmasında, çekiciliklerin, ulaşımın, hizmetlerin, tanıtımın, bilişimin yer alması gerekmektedir. Turizm talebiyle ilgili iki önemli koşul, seyahat isteği ve bu isteğin gerçekleşebilmesi için gerekli ve yeterli zaman ve gelirdir. Potansiyel talebin gerçek talebe dönüşebilmesi için, yeterli gelirin, zamanın, ulaşım araçlarının, turistik donanımların bulunması gerekmektedir. Turistik talebin yanında turistik arzın da planlanması son derece önemlidir. Mevcut arz kapasitesinin uygun şekilde genişletilmesi gerekebilmektedir. Bu durumda, fiziksel arz unsurlarının

kapasitelerini arttırmak ve mevcut yapılara ek yeni fiziksel yapılanmalara yönelmek gerekmektedir (Usta, 2008: 217).

2.1.2.2.3. Kaynakların Korunması ve Geliştirilmesi

Kaynakların geliştirilmesi bölgesel turizm planlaması için son derece önemlidir. Kaynakların fiziksel özelliklerini belirleyen bazı etkenler mevcuttur. Bu etkenler şu başlıklar altında sıralanabilir (Usta, 2008: 218-219):

- Doğal kaynaklar,
- Kültürel kaynaklar,
- Kentsel hizmetler,
- Ulaşım kolaylığı,
- Gelişim düzeyi,
- Uygun imaj,
- Turizmin bölgesel gelişmesi,
- Yönetimlerin denetim işlevi,
- Gelişime uygun arazi,
- Yatırımcı ve yönetici potansiyeli,
- İş gücü arzı.

2.1.2.2.4. Bölgesel Turizm Planlaması Teknikleri ve Süreci

WTO'ya (UNWTO) göre bölgesel turizm planlama süreci şu şekilde işlemektedir (WTO, 1994: 12-16):

Çalışmanın başlangıç hazırlıkları → Amaçların belirlenmesi → Planın araştırma bileşenlerinin belirlenmesi → Analiz ve sentez → Politika ve planların düzenlenmesi → Önerilerin düzenlenmesi → Uygulama ve kontrol

Çalışmanın başlangıç hazırlıkları: Bölgesel turizm planlaması süreci, çalışmanın genel yapısının, ilgili konu başlıklarının, planlama takımının belirlenmesiyle ve çalışmanın düzenlenmesiyle başlamaktadır. Başlangıçtaki özenli çalışmalar sonraki süreci oldukça kolaylaştırmaktadır. Planlama sürecinin bu aşamasında kaynak teminine yönelik bağlantıların da düşünülmesi ve araştırılması gerekmektedir.

Amaçların belirlenmesi: Bölgesel planlama sürecinin ilk aşamalarında, bölgesel turizm kalkınmasının amaçları belirlenmelidir. Amaçların belirlenmesi son derece önemlidir; çünkü bu amaçlar bölgedeki turizmin kalkınmasından beklenen sonuçların saptanması için gereklidir. Bir bölgesel planda anahtar amaçlar, zorluklara ve konulara çözümler, destinasyon alanlarının tespiti, hareket amaçları ve stratejileri gibi planlama hareketlerini sağlamaktır (Gunn, 1994: 143).

Planın araştırma bileşenlerinin belirlenmesi: Bölgesel planlama sürecinin araştırma bileşenlerinin belirlenmesi aşaması, turizmle ilgili hem nitel ve nicel bütün verilerin (raporlar, haritalar, ilgili yazın gibi) toplanmasını gerektirir. Bu aşamada ayrıca planlama takımının bölgeyle ilgili keşif ve seminerlerinin sonuçlarından da yararlanır (Gunn, 1994: 143). Turizm sisteminin bileşenlerini ve diğer faktörlerini içeren bu veriler şunlardır (WTO, 1994: 13-14):

- Genel ve bölgesel turizm kalıpları ve eğilimleri,
- Mevcut veya potansiyel turistik çekim yerlerinin özellikleri,
- Planlanan ülkeye veya bölgeyle geliş eğilimleri (nitelik ve nicelik olarak),
- Mevcut veya potansiyel turistik çekicilikler ve faaliyetler,
- Mevcut veya önceden planlanmış turistik yerleşmeler ve diğer turistik olanaklar ve hizmetler,
- Mevcut ve önceden planlanmış ulaşım olanakları ve hizmetleri (ülkeye veya bölgeye giriş ve iç ulaşım sistemi),
- Mevcut veya önceden planlanmış diğer altyapı hizmetleri,
- Mevcut doğal kaynaklar, arazi kullanımı ve arazi imtiyaz hakları (arazi sahipliğini veya araziyi kiralamayı içerir),

- Mevcut ekonomik konular ve istihdam konuları (turizmde istihdamı ve ekonomik konuları içerir),

- Çevresel nitelik (iklimle ve topografya ile -arazi bilgisi- ilgili bilgileri içerir) ve çevresel kalite (hava, su, kirlilik, gürültü kirliliği, kalabalık, mimari değerler gibi konuları içerir),

- Sosyo-kültürel konular (özellikle turizm gelişiminin bölgesel halkla ve kültürle olan bağlantısıyla ilgili),

- Turizmle ilgili kamu sektörüyle ve özel sektörle ilgili düzenlemeler ve bunların yönetsel yapıları ve bunlarla ilgili personel,

- Güncel yatırım politikaları, turizm yatırımları ve hizmetleri, ilgili altyapı düzenlemeleri için sermaye elde etme,

- Güncel turizm yasaları ve düzenlemeleri.

Analiz ve sentez: Araştırma bilgilerinin hem nitel ve nicel analizi ve sentezi dikkatlice uygulanmak zorundadır. Sentez, durumun detaylı olarak anlaşılması için, analizin farklı bileşenlerinin birleştirilmesini ve bütünleştirilmesini ifade etmektedir (WTO, 1994: 14). Birçok planlama çalışmasında bu aşama ihmal edilmektedir. Araştırma aşamasında elde edilen veriler, bu aşamada değerlendirilmelidir (Gunn, 1994: 143). Bölgesel turizm planlaması sürecinin analiz ve sentez aşamasına ait beklentiler şunlardır (Yağcı, 2003: 201):

- Piyasa analizlerinde uluslararası, ulusal ve bölgesel turizm piyasasına ait bilgiler temel veri konumundadır. Ayrıca, bölgesel planlama yapılan alandaki turistik hizmetler, faaliyetler, çekicilikler ile ilgili değerlendirmeler de son derece önemlidir.

- Piyasa analizleri yardımıyla çeşitli hesaplamalar yapılmaktadır. Örneğin, bölgenin oda/yatak kapasitesi, bölgedeki konaklama tipi ve diğer turistik hizmetlere ilişkin veriler belirlenmektedir. Hedef pazarlar da göz önüne alınarak, turizmin bölgede yaratacağı istihdam verileri hakkında da bilgi edinilmektedir.

- Turistik faaliyetler temelinde bölgeyle ilgili altyapı, ulaştırma, iletişim yatırımlarına yönelik projeler gerçekleştirilmektedir.

- Araştırmada kullanılan farklı ekonomik, sosyal ve fiziksel veriler birleştirilerek daha farklı analizler de yapılabilir. Böyle bir sentez, taşıma kapasitelerinin ve sürdürülebilirlik yaklaşımının gerçekleştirilme düzeyinin belirlenmesi gibi konularda planlamacılara katkılar sağlamaktadır.

Politika ve planların düzenlenmesi: Bölgesel planlama sürecindeki bu aşama, turizmin kalkınmasındaki politikaların düzenlenmesini ve fiziksel yapı planlarının hazırlanmasını gerektirir. Politika ve planların düzenlenmesinde en iyi yaklaşım, ilk olarak alternatif kalkınma senaryolarının hazırlanması ve değerlendirilmesidir. Alternatif politika ve planlar bazı faktörlere göre değerlendirilir. Bunlar, kalkınma amaçlarını karşılama, ekonomik yararları en st düzeye çıkarma, vresel ve sosyo-kültürel etkilerden olumlularını destekleme, olumsuzlarının etkilerini en aza indirme ya da yok etme ve diğer turistik destinasyonlarla etkili rekabet edebilir. Bu değerlendirmelere dayanarak en son politika ve planlar düzenlenmekte ve seçilmektedir.

nerilerin düzenlenmesi: Araştırmaya, analize ve değerlendirmeye dayanarak bazı sonuçlar elde edilir ve öneriler yapılabilir. Birçok neri içinden en uygun olan/olanlar belirlenmeden önce bütün alternatifler değerlendirilmektedir.

Uygulama ve kontrol: Bölgesel planlama sürecindeki en son aşama, uygulama tekniklerinin belirtilmesidir. Uygulama, özellikle politika, plan ve önerilerin düzenlenmesi aşamalarında olmak üzere, tüm planlama süreci boyunca dşnlmelidir. Böylece son plan ve öneriler gerçeğe uygun ve uygulanabilir olmaktadır. Uygulama sırasında ve sonrasında, turizm kalkınmasında tavsiye edilen politikaların başarılması ve amaçların yerine getirilmesi sağlanmalıdır. Kontrol sayesinde, sorunlar (varsa) belirlenmekte ve sürekli hale gelmeden kalan kaynaklarla gerekli ve kalıcı önlemler alınmaktadır.

2.2. TURİSTİK ÜRÜN

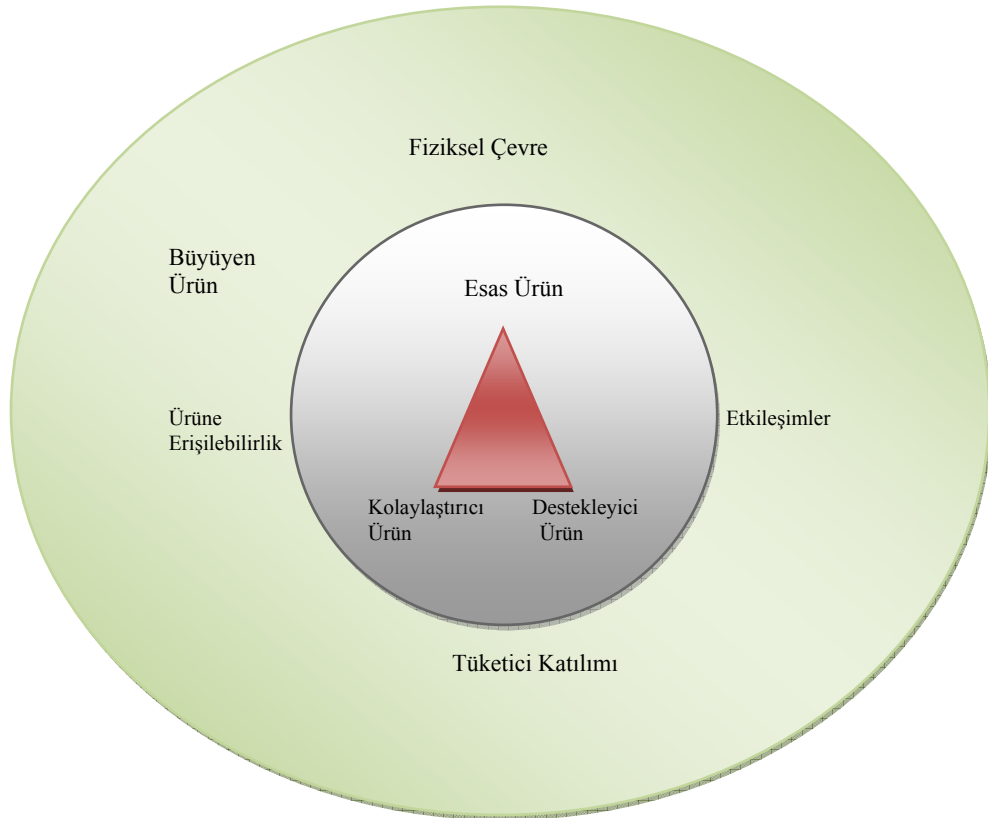
Turistik ürün kavramından bahsetmeden önce ürün kavramının üzerinde durmak gerekmektedir. Ürün, genel olarak insanların ihtiyaçları karşılayan her türlü mal veya hizmet olarak ifade edilir (Kozak, 2008: 125). Yani ürün, bilgisayar gibi bir mal ya da bankada verilen bir hizmet ya da her ikisinin birleşimi olabilir. Bir başka tanıma göre ürün, elde etme, kullanım ve tüketim için pazara sunulan ve bir ihtiyacı veya isteği karşılayabilen herhangi birşeydir. Ürün, fiziksel nesnelere, hizmetleri, yerleri, kurumları ve fikirleri içermektedir (Kotler, Bowen ve Makens, 1999: 274).

Ürünlerle ilgili olarak, esas (öz) ürün, somut ürün, zenginleştirilmiş ürün şeklinde bir ayırım yapılmaktadır. Buna göre esas ürün, tüketicinin bir malı satın alırken o üründen beklediği yararları ifade etmektedir. Kamera, insanların güzel ve/veya ilginç bulduğu şeyleri kaydetmeye yarayan bir araç olmasıyla birlikte aynı zamanda bir nostaljidir. Somut ürün, esas ürünü kaplayan fiziki çevreyi ifade etmektedir. Somut ürün, esas ürüne estetik katarak ürünü zengin göstermek, ürünün fark edilmesini sağlamak gibi işlevlere sahiptir. Zenginleştirilmiş ürün ise, esas ürünle beraber sunulan destekleyici unsurları ifade etmektedir. Ürünün rekabet edebilmesi için zenginleştirilmesi son derece önemlidir. IBM, verdiği kaliteli hizmet desteği sayesinde bilgisayar sektöründe uzun yıllar lider konumda kalmıştır (İslamoğlu, 2008: 265).

Kotler, Bowen ve Makens (1999), ürünü dörde ayırmıştır. Bunlar, esas (öz) ürün, kolaylaştırıcı ürün, destekleyici ürün ve büyüyen üründür. Buna göre esas ürün, yukarıda açıklandığı gibi alıcının gerçekte neyi satın aldığı sorusuna verilen cevaptır. Kolaylaştırıcı ürün, konuğa esas ürünü kullanması için sunulması gereken mal ve hizmetlerdir. Otellerdeki giriş-çıkış işlemleri, telefon, restoran ve oda hizmeti, kolaylaştırıcı ürüne örnek olarak verilebilir. Destekleyici ürünler, esas ürüne değer katan ve ürünün rakip ürünlerden farklılaşmasına katkıda bulunan ek ürünlerdir. Örneğin, otellerdeki sağlık ve SPA (salus per aquam -suyla gelen iyilik-) hizmetleri tüketicileri otellere çeken destekleyici ürünlerdir. Kolaylaştırıcı ürünler ve destekleyici ürünler arasındaki ayırım her zaman net değildir. Bir pazar dilimi için

kolaylaştırıcı ürün, bir diğeri için destekleyici olabilir. Esas ürünler, kolaylaştırıcı ürünlere gereksinim duyar ama destekleyici ürünlere gereksinim duymayabilir. Büyüyen ürün, erişilebilirliği, fiziksel çevreyi, hizmet organizasyonunu, tüketici etkileşimini ve tüketici katılımını içermektedir. Bu elemanlar, esas, kolaylaştırıcı ve destekleyici ürünlerle birleşerek büyüyen ürünü oluşturur. Şekil 1’de ürünün ayrımı verilmiştir. Ağırlama hizmetlerindeki yöneticilerin ürünün bu dört halini de dikkate alması gerekmektedir.

Şekil 1: Ürün ayrımı



Kaynak: Kotler, Bowen ve Makens, 1999, s. 455.

Ürün kavramından da yola çıkılarak turistik ürünle ilgili de farklı birçok tanım yapılmıştır. Bunlardan birine göre turistik ürün, turistin seyahati boyunca yararlandığı ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi hizmetlerin bir bileşimidir (Ünusan ve Sezgin, 2005: 203). Daha kapsamlı bir tanıma göre turistik

ürün, turistin sürekli konakladığı yerden ayrılıp tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen zaman diliminde yararlandığı veya satın aldığı mal ve hizmetlerden oluşan bir paket veya edindiği deneyimlerin bir bütünüdür (Usal ve Oral, 2001: 33). Tüketiciler için turistik ürün, bir dizi fayda ve özellik anlamına da gelmektedir. Bu yüzden herhangi bir turizm bölgesinde tüketicilerle ilgili her türlü fayda ve kolaylıklar birer turistik ürün olarak kabul edilmektedir (Kozak, 2008: 126). Örneğin, çalışmanın konusunu oluşturan Balıkesir ili Altınoluk beldesinde bir traktörün arkasına ilave edilmiş yolcu taşımaya uygun iki römork sayesinde bölgeye gelen insanlar, bölgenin bir ucundan diğer ucuna kolay ve eğlenceli bir gezinti yapabilmektedir. Dolayısıyla, turistlere yönelik sunulan bu hizmet de bir turistik ürün niteliğindedir.

Turistik ürün iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, bir ülkenin veya bölgenin sahip olduğu bütün doğal, tarihi, kültürel, turistik kaynaklardan oluşmaktadır. İkincisi ise, tüketicilerin yer değiştirmelerine veya tatil yapmalarına olanak veren tüm hizmetleri yani bir paket tur kapsamındaki bütün turistik hizmetleri kapsamaktadır (Hacıoğlu, 2000: 39).

2.2.1. Turistik Ürünü Oluşturan Unsurlar

Turistik ürünü oluşturan unsurlar genel olarak çekicilik, ulaşılabilirlik ve turizm işletmeleri olarak üçe ayrılmaktadır (Ünüsün ve Sezgin, 2005: 203).

Çekicilik: Turistin seyahat etmek istediği bir yeri, diğer bir yere ya da yerlere tercih etmesine etki eden unsurlar çekicilik olarak ifade edilebilir (Kozak, 2008: 127). Turizm ürününün çekiciliğini belirleyen dört unsurdan bahsedilebilir. Bunlar; doğal, sosyo-kültürel, ekonomik ve psikolojik unsurlardır. Doğal unsurlar, coğrafi durum, uygun iklim şartları, temiz hava, su ve deniz, güneşli gün sayısı, deniz suyu sıcaklığı, kar kalınlığı, hayvan türleri, bitki örtüsü, kaplıca ve şifalı sular gibi birçok elemanı kapsamaktadır. Sosyo-kültürel unsurlar, gelenek ve görenekler (doğum, ölüm, evlenme gibi), kültürel varlıklar (müzeler, anıtlar hanlar, ibadet yerleri, tarihi yapılar gibi), siyasi yapı, eğitim durumu gibi elemanları kapsamaktadır. Ekonomik

unsurlar içerisinde, genel ekonomik durum, turizm sektörünün ekonomik yapısı, turistik ürünün fiyatı, paranın değeri, altyapı durumu gibi elemanlar yer almaktadır. Psikolojik unsurlar ise, ülkeler arasındaki tarihsel ve kültürel ilişkiler, toplumların davranış biçimleri, moda, alışkanlıklar gibi elemanlardan oluşmaktadır (Kozak, 2008: 127).

Çekicilik unsuru, yer çekiciliği ve olay çekiciliği olarak ikiye ayrılabilir. Yer çekiciliğinde bölgenin kendisi (İsviçre Alpleri, Paris, Antalya, Peri Bacaları gibi) bir çekim unsurudur. Olay çekiciliğinde ise bölgedeki bir olay (olimpiyat oyunları, festivaller, fuarlar gibi) oranın çekim unsurunu oluşturmaktadır (Hacıoğlu, 2000: 41; Oral, 2005: 6).

Ulaşılabilirlik: Turistik ürünü oluşturan unsurlardan biri olan ulaşılabilirlik, çekiciliği olan bir turistik bölgenin hedef kitleye yakınlığını ya da bölgeye düşük maliyetle, kısa zamanda ulaşılabilme olanağını ifade eder. Turistik çekiciliği yüksek bir bölgeye ulaşımın olmaması ya da zor ve/veya maliyetli olması, o bölgenin gelişimi ve pazarlanmasıyla ilgili büyük sorunları doğurmaktadır. Diğer bir ifadeyle, bir turistik ürünün ulaşılabilir olması demek, onun kolay ve ekonomik olması demektir (Hacıoğlu ve Avcıkurt, 2008: 6).

Turizm İşletmeleri: Turistik ürünü oluşturan unsurlardan biri de turizm işletmeleridir. Belirli bir çekiciliğe sahip, kolay ulaşılabilen yerlerde yeterli sayıda ve kalitede turizm işletmesinin de bulunması gerekir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmeleri, konaklama işletmeleri, seyahat işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, rekreasyon işletmeleri ve diğer yan işletmeler olarak sınıflandırılmaktadır.

2.2.2. Turistik Ürünün Özellikleri

Birçok ürün birbirlerinden farklı özelliklere sahiptir. Buna göre, herhangi bir turistik üründe bulunması gereken özellikler şunlardır (Hacıoğlu, 2000: 42):

- Turistik ürünün üretildiği yerde tüketilme zorunluluğu vardır. Turistik ürüne sahip olmak isteyen turist, o ürünün üretildiği yere gitmek zorundadır. Dolayısıyla turistik ürünün üreticisi ile tüketicisi karşı karşıya gelmektedir.

- Turistik ürün birden fazla hizmetin (konaklama, yeme-içme, eğlence, ulaştırma gibi) bir araya gelmesiyle oluşan bileşik ürün niteliğindedir. Turistik ürünle ilgili bu hizmetlerin birbirini tamamlar nitelikte olması gerekmektedir.

- Turistik ürün depolanamaz. Bu yüzden her turistik ürünün zamanında satılması gerekmektedir. Zamanında satılmayan ürün kayıp sayılmaktadır (İncekara, 2001: 108).

- Turistik ürünlerde emek yoğun üretim söz konusu olup, makineleşme ve otomasyon çok azdır. Bu yüzden turistik ürünlerin birbirinin aynısı olması çok düşük bir olasılıktır. Bu durumda turistik ürünün değerlendirilmesi de her turistin kendi beklentileri ve deneyimlerine göre olmaktadır (Yükselen, 2008: 436).

- Tüketiciler, satın aldıkları ürünü önceden göremezler. Turistik ürünün bir örneğini seçme, inceleme ve ürünü vitrinde sergileme olanağı yoktur (Usta, 2001: 107).

- Turistik ürün, son tüketicinin emrine sunulmaya hazırdır. Bitmemiş ya da yarı işlenmiş bir turizm ürününden söz edilemez (Usal ve Oral, 2001: 34).

- Turistik ürün, hem diğer ürünlerle, hem de ulusal ve uluslararası turistik ürünlere rekabet halindedir. Turistik üründe ikâme olanakları da yüksektir (Ünüsân ve Sezgin, 2005: 205).

- Turistik ürüne olan talep aşırı esnektir. Turistik ürünler birçok ekonomik, siyasal, kültürel ve psikolojik etkene bağlı olarak çok kısa zamanda değişikliğe uğrayabilmektedir (Kozak, 2008: 131).

2.2.3. Turistik Ürünün Bileşenleri

Turistik ürün, farklı mal ve hizmetlerin bir bileşimidir. Örneğin bir şehir turu, tur otobüsünü, rehberin açıklamalarını, otobüs camından izlenen şehrin manzarasını, çekicilikleri ve yiyecek-içecekleri v.b. birçok bileşeni içermektedir. Bir otelde kalan konuklar için, kalınan odanın manzarası, banyonun durumu, otel çalışanların samimiyeti, sunulan kahvaltının kalitesi gibi birçok unsur turistik ürünün bileşenleri olmaktadır (Briggs, 2001: 41).

Turistik ürünü oluşturan bileşenler genel olarak üç grupta toplanmaktadır (Usta, 2008: 112-115):

- 1) Doğal kaynaklar bileşeni,
- 2) Sosyo-kültürel kaynaklar bileşeni,
- 3) Teknik olanaklar bileşeni.

1) Doğal Kaynaklar Bileşeni: Turistik ürünü oluşturan bileşenlerden en önemlisi doğal kaynaklardır. Doğal kaynaklar, turistik ürünün temel verileri konumundadır. Bir köy, vadi, deniz kıyısı, ormanlık bir alan birdenbire turistik bir nitelik kazanarak yeni turistik değerlere ve niteliklere sahip olabilmektedir. Turistler, kendi beklentilerine göre konaklayacakları turistik tesisleri seçerken o alanın doğal yapısını genellikle ilk sıraya koymaktadır. Turistler tatillerini bozulmamış doğal alanlarda geçirmeye artan düzeyde ilgi göstermektedir (Dolnicar ve Leisch, 2008: 672). Diğer yandan iklim koşulları da turistlerin kararını etkileyen önemli doğal faktörlerdendir. Sert iklime sahip, kar ve yağmurun çok yağdığı bir bölgede yaşayan insanlar daha çok sıcak iklime sahip bölgelerde tatil yapmak istemektedir. İklim koşulları, kış aylarında turistik ürün sunan kayak merkezlerinin seçiminde de aynı şekilde etkili olmaktadır.

2) Sosyo-Kültürel Kaynaklar Bileşeni: İnsanların beklentilerinin ve isteklerinin birbirlerinden çok farklı olması gibi, tatil için seçtikleri bölgelerin

özellikleri de birbirinden farklılık göstermektedir. Genelde turistik ürün hazırlanırken ilke olarak sakin yerlerin seçimi ön plana çıkmaktadır. Doğayla iç içe, insanlar arasında daha samimi duyguların var olduğu, el sanatları, tarım, balıkçılık, ormancılık gibi faaliyetlerle uğraşan halkın bulunduğu yerler daha çok tercih edilmektedir. Bu bölgelerdeki yerel halkın turizme ve turistlere bakış açısı ve tutumu, bölgenin yapısına, bölgede turizmin ve turistik faaliyetlerin yerleşmesine ve/veya gelişmesine bağlı olarak değişmektedir.

3) Teknik Olanaklar Bileşeni: Teknik olanaklar bileşeni, arazi planlamasını ve kullanımını, turistik donatımı, hizmet ve eğlence olanaklarını içermektedir. Turistik ürünün oluşturulmasında, arazi planlaması ve kullanımı son derece önemlidir. Plansız ve denetimsiz bir turizm gelişiminden söz etmek olanaksızdır. Doğanın ve doğal kaynakların bozulması ve tahrip edilmesi, turistik ürünün en temel bileşeninin yok edilmesi anlamına gelmektedir. Bu tür olumsuz sonuçlardan kaçınmak için arazinin doğru planlanması ve kullanılması şarttır. Turistik ürünle ilgili arazi planlaması ve kullanımı, genel ve özel çıkarlarla bağdaşmak zorundadır. Bu konudaki genel çıkarların amaçları şu şekildedir:

- Yörenin doğal niteliğini bozmamak,
- Turistlerin güvenliğini sağlamak,
- Gelecekteki gelişme olanaklarını sürdürmek,
- Dinlenme ve eğlenme ortamını yaratmak,
- Bölge, işletmeler ve turistler arasındaki dengeyi sağlamak,
- Etkin pazarlama ile yeni müşteriler kazanmak.

Arazi planlaması ve kullanılmasıyla ilgili özel çıkar amaçları ise şunlardır:

- Bölge insanına daha fazla ekonomik yarar sağlamak,
- Tarıma elverişli alanları koruyarak, turistik yatırımlara uygun araziler sağlamak,
- Turizm işletmelerinin kârlılığını arttırmak,
- Turistik talebi arttırmak için gerekli önlemleri almak,

- Eksiksiz altyapı hizmetleri sunmak,
- Yeni yatırımları teşvik etmek,
- Turizmle ilgilenen sermaye ve arazi sahiplerine yeni olanaklar yaratmak.

Turistik ürünün önemli alt bileşenlerinden biri de turistik donatımdır. Turistik donatım, otelleri ve diğer konaklama tesislerini kapsamaktadır. Turistik donatım, rolü, yapısı ve örgütlenmesi açısından bir ülkenin ya da bölgenin imajına katkıda bulunabilecek bir turistik ürün alt bileşenidir.

Teknik olanaklar bileşeni içerisinde değerlendirilen bir diğer alt bileşen ise hizmetler ve eğlence olanaklarıdır. Bu alt bileşen kamu hizmetlerini ve özel sektör hizmetlerini içermektedir. Turistik bölgelerdeki nüfus artışına bağlı olarak yerine getirilmesi gereken hizmetleri sağlamak için altyapının yeterli olması gerekmektedir. Kanalizasyon, çöp sorunu, yolların durumu ve trafik yoğunluğu gibi hususlar, turistik ürün oluşumunda dikkat edilmesi gereken konulardır. Bu tür hizmetlerin nitelikli personel kullanılarak, zamanında, düzenli ve eksiksiz olarak yapılması gereklidir. Bununla birlikte, turistik bölgelerdeki özel hizmetleri sağlayan banka şubeleri, diskolar, kafeler, araç kiralama şirketleri gibi özel hizmetlerin kalite ve çekiciliği de turistik ürünün destekleyici öğeleridir.

2.2.4. Turistik Ürün Çeşitlendirmesi

İşletmeler farklı alanlardaki fırsatları değerlendirebilmek için, ürünlerini, hizmetlerini, faaliyet alanlarını ve hizmet sundukları tüketici gruplarını çeşitlendirme yoluna gitmektedir. Turistik ürün çeşitlendirmesi basit olarak, turizm endüstrisine sunulan turistik ürünlerin çeşitlerinin artırılması anlamına gelmektedir (İslamoğlu, 2008: 191).

Turistik ürün çeşitlendirmesi, turistik bir ülkenin/bölgenin artan rekabet koşulları ve değişen tüketici istekleri doğrultusunda mevcut durumunu korumak, daha çok gelir ve rekabet avantajı sağlamayabilmesine katkıda bulunmak için,

mevcut turistik ürünlerine yenileri eklemek ve ülkeyi/bölgeyi geliştirmek amacıyla yapılan çabalar olarak değerlendirilebilir. Turistik ürün çeşitlendirmesiyle, turistik bölgenin mevcut doğal, kültürel, tarihi v.b. özellikleriyle uygun altyapı ve üstyapı durumları birleştirilerek yeni ürünler ortaya çıkarılmalıdır (Salkım, 2007: 157-158).

Yeni bir turistik ürün ortaya çıkarılırken, ürünün nasıl tanınacağına, rakip ürünlerden hangi yönlerle farklı olacağına, bu ürünün hedef kitlenin zihninde nasıl bir algılaya yaratacağına ve turistik bölgenin genel yapısına uygun olup olmadığına dikkat edilmesi gerekmektedir. Ayrıca, yeni bir turistik ürün oluşturulmadan önce tüketicinin ihtiyaçlarının ve beklentilerinin belirlenmesi ve bunların mutlaka ayrıntılı olarak incelenmesi gerekmektedir (Türemez ve Kalpaklıoğlu, 2008: 63).

2.2.5. Turistik Ürünün Yaşam Dönemleri

Turistik ürünün yaşam dönemi genellikle, başlangıç (giriş), gelişme (büyüme), olgunluk, gerileme (düşüş) olmak üzere dört döneme ayrılmaktadır (Kozak, 2008: 149; Olalı ve Timur, 1988: 431; Usal ve Oral, 2001: 34).

Başlangıç (Giriş) Dönemi: Ürünün piyasaya yeni sunulduğu, dolayısıyla tüketiciler tarafından fazla tanınmadığı dönemdir. Bu dönemde satışlar düşük, satışların artış hızı yavaş, ilk üretim maliyetleri ise yüksektir. Tanıtma ve reklam giderlerinin fazla olduğu bu dönemde, ürünün rekabet edebilmesi için fiyatının düşük tutulması gerekmektedir.

Gelişme (Büyüme) Dönemi: Turistik ürüne olan talebin ve satış gelirlerinin arttığı bu dönemde işletmeler kâra geçmiştir. Gelişme döneminde piyasaya yeni rakipler girmeye başlamıştır. Bu yüzden rakip ürünlerin fiyatlarının ve kalitelerinin dikkatle takip edilmesi gerekmektedir.

Olgunluk Dönemi: Rekabetin sertleştiği bu dönemde artık turistik ürüne karşı bir doyumun başladığı görülmektedir. Belli bir süre sonra satışların artış hızı

yavaşlamaya, kârlılık ise azalmaya başlayacaktır. Buna bağlı olarak da turistik üründe farklılaştırmaya gidilmesi düşünülecektir.

Gerileme (Düşüş) Dönemi: Bu dönemde satışlar hissedilir düzeyde azalmış, yeni turistik ürünler piyasaya tam anlamıyla girmiştir. Turistik ürünün fiyatının düşürülmeye başlandığı bu dönemde, tüketiciler mevcut ürünü terk etmeye başlamıştır (Hacıoğlu, 2000: 44).

2.2.6. Turistik Ürünün Pazardaki Durumunu Belirleme

Genel pazarlama yaklaşımlarında bir ürünün piyasa durumu, onun hakkında potansiyel turistlerin sahip oldukları fikirlerle, aynı ürünün gerçek niteliklerinin bir birleşimi olarak kabul edilmektedir. Turistik ürünlerin durumlarının belirlenmesiyle, o ürünlerin turistler için değeri araştırılmaktadır. Dünyadaki hızlı değişiklikler ve yenilikler karşısında turistik ürünlerin çabuk ve kolayca piyasadan silinmemesi için düzenli olarak gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bunun için de ürün analizi, rekabet durumu ve imaj konuları üzerinde durulmalıdır (Hacıoğlu, 2000: 46-48).

Ürün Analizi : Ürünün çeşidi, fiyatı, özellikleri, satış verileri, ilgili piyasanın durumu gibi bilgiler bu analiz için gerekli olmaktadır. Ürünün analizi bir fiş yardımıyla yapılabilir. Bir ürün fişinde bulunması gereken konu başlıkları şunlardır (Hacıoğlu, 2000: 47-48):

1) Ürün

- Ürünün geçmişi,
- Ürünün fiziki özellikleri ve fiyatı,
- Ürünle ilgili teknik ve ticari araştırma ve incelemeler,
- Estetik.

2) Piyasa

- Piyasanın gelişimi,
- Değişik piyasaların belirlenmesi,

- Tüketim alışkanlıkları,
 - Değişik dağıtım kanallarının durumu,
 - Tüketici profili, davranışları.
- 3) Satışlar
- Satışların gelişim ve tarihçesi,
 - Satışların mevsimlik özelliği,
 - Dağıtım kanallarına göre satışların değerlendirilmesi.
- 4) Rekabet
- Rakiplerin durumu,
 - Rekabet durumunun değerlendirilmesi.
- 5) Pazarlama Stratejileri
- Ürünle ilgili önceki ve mevcut stratejilerin incelenmesi.
- 6) Reklam
- Ürünle ilgili katalog, broşür ve dokümanların gözden geçirilmesi,
 - Yıllık kampanyanın sunulması.
- 7) Satış Promosyonu
- Promosyon faaliyetlerinin ve araçlarının saptanması, incelenmesi.

Rekabet Durumu: Bir ülkenin ya da bölgenin güçlü ve zayıf yönleri incelenerek, rekabet durumunun ortaya konulması da ayrı bir değerlendirme tekniğidir. Ülkenin ya da bölgenin zayıf ve güçlü yanlarıyla birlikte bu yerlerle ilgili fırsatların ve tehditlerin belirlenmesi için SWOT analizi (durum analizi) de yapılabilir. SWOT analiziyle ilgili yerin mevcut durumları ve gelecekte olması muhtemel gelişmeler ortaya konularak, birtakım öngörülerde bulunulabilir.

İmaj Kavramı: Ürün analizi ve rekabet durumu ile birlikte imaj kavramı da turistik ürünler için son derece önemlidir. İmaj, ürünün pazardaki durumunu belirlemeye yarayan tamamlayıcı bir unsurdur. İmaj, bazı ürünlerin, firma ve kuruluşların diğerlerine göre kamuoyunda olumlu bir ön yargıdan yararlanmaları fikrinden hareketle oluşmaktadır (Hacıoğlu, 2000: 48). Ülkelerin, turizm bölgelerinin ve işletmelerinin zaman içerisinde sahip oldukları olumlu imaj, turistlerin o ülkeyi, bölgeyi ya da işletmeyi tercih etme nedenleri arasında son derece önemlidir (Kozak,

2008: 130). Bir bölgenin turistik imajı üçe ayrılabilir. Birincisi, yörenin sahip olduğu esas değerdir. İkincisi, satış geliştirme çabaları ile desteklenmiş olan uyarılmış imajdır. Üçüncüsü ise, turistlerin bölgeyi ziyaret etmelerinin ardından edindikleri bilgi ve deneyimlerdir (Avcıkurt, 2005: 24). Bir ülke/bölge hakkında edinilen bilgiler, o ülke/bölge ile ilgili yaşanan tecrübeler ve bu ülke/bölgenin adı duyulduğunda kendiliğinden akla gelen durumlar, imajın oluşmasında etkili olmaktadır (Türemez ve Kalpaklıoğlu, 2008: 62).

2.2.7. Turistik Ürünün Fiyatlandırılması

Bir turistik ürünün satılmasında en önemli faktörlerden birisi de o ürünün fiyatıdır. Turistik ürünün fiyatı, onun değişim değerinin para ile ifade edilmesi olarak tanımlanabilir (Olalı ve Timur, 1988: 432). Turistik ürünün fiyatı, diğer mal ve hizmetlerde olduğu gibi arz ve talep durumuna bağlıdır. Turistik ürünün fiyatını, genel ekonomik faktörler yanında, rekabet durumu, çevresel etkiler gibi farklı konular etkilemektedir (Olalı ve Timur, 1988: 432). Turistik ürünün fiyatlandırılmasını etkileyen etmenler şunlardır (Kozak, 2008: 177):

- Maliyetler,
- Rakipler,
- Aracılar,
- Yasal düzenlemeler,
- Arz ve talep,
- Pazarın yapısı,
- Fiyatlama amaçları,
- Turizm ürünün nitelikleri,
- Tüketici davranışları,
- Ekonomik durum.

Turistik ürün oluşturulmasında katlanılan maliyetler, onun fiyatını doğrudan etkilemektedir. Turizmdeki rekabet durumu ve rakiplerin varlığı ve yapısı fiyatların

kimi zaman yükselmesine, kimi zaman düşmesine neden olmaktadır. Turistik ürünlerin oluşturulmasında ve pazarlanmasında kullanılan araçların niteliği ve sayısı da turistik ürünün fiyatını etkileyen bir etmendir. Turizm endüstrisiyle ilgili mevcut yasal düzenlemeler de turistik ürünün fiyatının belirlenmesinde etkilidir. Örneğin, otel odaları, belirlenen kapı fiyatından (afişe fiyattan) daha yüksek bir fiyata satılamaz. Turistik ürünlere olan arz ve talep, bu ürünlerin fiyatının belirlenmesinde belki de en önemli etkidir. Ürünlere olan arz ve talepteki dalgalanmalar, doğrudan bu ürünün fiyatına yansiyacaktır. Turizm pazarın genel özellikleri de turistik ürünün fiyatının belirlenmesinde etkilidir. Turistik ürünlerin fiyatlandırılması yapılırken, işletmenin amaçlarına dikkat etmek gereklidir. Fiyatların belirlenmesinde, turistik ürünün yaşam dönemi de önemlidir. Pazara yeni giriş yapan ve pazarda belirli bir yer edinmek isteyen bir ürünün fiyatı düşük tutulabilir. Oluşturulacak fiyatların, işletmelerin amaçlarına uygun olması gerekmektedir. Turistik ürünün kendine has özellikleri de onun fiyatlandırılmasını etkilemektedir. Örneğin, bir otel için o gün satılamayan bir oda işletme için bir kayıp sayılacağından, odanın satılabilmesi için fiyatında indirimle gidilebilir. Ülkenin/bölgenin ekonomik durumu da turistik ürünün fiyatını etkilemektedir. Ekonomik sıkıntılarla karşı karşıya olan ve olmayan ülkelerdeki turistik ürünlerin fiyatlandırılması birbirinden farklı olmaktadır.

Turistik bir ürünün fiyatının, turistler tarafından kabul edilir olması gerekmektedir. Turizmde görülen farklı hizmet ve ürünler sonucu, fiyat faktörü satın almada ikinci faktör durumuna düşmüştür. Bunun nedeni, turistlerin beklentilerinin ve isteklerinin daha fazla önem kazanmasıdır (Hacıoğlu, 2000: 50).

2.2.8. Turistik Ürün Politikası ve Planlaması

Yaşamın pek çok alanında olduğu gibi turistik ürün için de ürün politikası ve planlaması çalışmaları gerekmektedir. Bu çalışmalar ürünün yaşam süresinin uzamasında, olumlu bir imaja sahip olmasında ve dolayısıyla işletmelerin istenilen düzeyde kâr elde edebilmesinde son derece önemlidir.

Turistik ürün politikası, turistik ürünün özelliklerinin belirlenmesine katkısı olan tüm faaliyetleri içermektedir. Turizm sektöründe ürün politikası, ilgili işletmelerin, otellerin, turizm örgütlerinin, kamu kuruluşlarının, mesleki örgütlerin, ulaştırma işletmelerinin sıkı bir iş birliğini gerektirmektedir. Geniş anlamıyla ürün politikası, sorumluların turistik ürün üzerinde almak istediği bütün önlemler ve yapmak istedikleri etkileri (yeni bir turistik destinasyon yaratılması ya da yerli halkın turizm bilincinin geliştirilmesi gibi) kapsamaktadır. Dar anlamda ürün politikası ise, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence gibi alanlarda ürün oluşumu konusundaki karar sürecini kapsamaktadır. Dar anlamdaki ürün politikası ise şu karar konularını kapsamaktadır (Usta, 2008: 110):

- Aynı pazar için değişmeyen ürün,
- Yeni bir pazar için değişmeyen ürün,
- Aynı pazar için değiştirilmiş ürün,
- Yeni bir pazar için değiştirilmiş ürün,
- Aynı pazar için yeni bir ürün,
- Yeni bir pazar için yeni bir ürün,
- Ürünün ortadan kaldırılması.

Turistik ürün politikası farklı elemanlardan oluşmaktadır. Bu elemanlar şu şekilde sıralanabilir (Olalı ve Timur, 1988: 425-432):

1) Turistik Ürünü Oluşturan Temel Faktörler

- Orijinal doğal faktörler,
- Tarihi faktörler,
- Sosyal faktörler.

2) Turistik Ürünü Sunanlar

- Kamu kuruluşları,
- Özel kuruluşlar,
- Karma kuruluşlar.

3) Turistik Ürünü Oluşturan Faktörlerin Gelişimi

- Büyüme,

- Planlama,
 - Bütünleşmeye olan eğilim.
- 4) Yatırımlar ve Kârlılık
- Kamu yatırımları,
 - Kârlılık anlayışı.
- 5) Marka ve İmaj
- Turistik marka,
 - Turistik imajının belirlenmesi.
- 6) Turistik Ürünün Yaratılması
- Genel anlayış,
 - İçerik,
 - Mal ve hizmetlerin yaratılması.
- 7) Ürünün Uyumu
- Çok uyumlu faktörler,
 - Az uyumlu faktörler.

1) Turistik Ürünü Oluşturan Temel Faktörler: Turistik ürün politikasının ilk aşaması, bir ülke veya bölgenin turistik ürününü oluşturan elemanların belirlenmesidir. Bu aşamada, turistlere sunulabilecek turistik ürünler miktarıyla ve özellikleriyle belirlenir (Olalı ve Timur, 1988: 426). Turistik ürünlerin belirlenmesinde turistik bölgenin, doğal, tarihi, sosyo-kültürel özellikleri dikkate alınarak bu özelliklere uygun ürünler üzerinde durulmalıdır.

2) Turistik Ürünü Sunanlar: Turistik ürün, birçok mal ve hizmetin birleşiminden oluşmaktadır. Bu nedenle, turistik malları ve hizmetleri sunan kamu kuruluşları, özel ve karma işletmeler arasında sıkı bir iş birliğine ve güçlü bir iletişime ihtiyaç vardır.

3) Turistik Ürünü Oluşturan Faktörlerin Gelişimi: Bu konuda, pazarlanacak ürünün niteliği ve niceliği tam tespit edilmeli, gerçekçi bir ürün geliştirme planlaması yapılmalıdır. Ayrıca, kapasite büyümesi gerçekçi bir plan dahilinde

hızlandırılmalıdır. Bunların dışında, turistik mal ve hizmet üretenler ile araçlar arasında bir bütünleşmeye gidilmesi gerekmektedir.

4) Yatırımlar ve Kârlılık: Turistik ürünlerle ilgili yatırımların amacına ulaşabilmesi için, tam ve doğru yapılabirlik çalışmalarına dayandırılması gerekmektedir. Bu şekilde yapılmayan yatırımların başarıya ulaşma olasılığı çok düşüktür.

5) Marka ve İmaj: Ürünün çok sayıda fakat farklı kalite ve fiyatlarla pazara sunulması, markaya olan önemi bir kat daha arttırmıştır. Ürünün mevcut imajı da pazarlanması sırasında son derece önem arz etmektedir.

6) Turistik Ürünün Yaratılması: Turistik ürün yaratılırken, tüketicinin beklentileri, rakip ürünlerin durumu, pazarın genel yapısı gibi unsurlar dikkate alınarak yeni ürün oluşturulmalıdır. Bu gibi unsurlar doğrultusunda yeni ürünün kalitesi, nitelikleri, fiyatı belirlenmelidir. Yeni turistik ürünlerin yaratılmasında bütün turizm kuruluşlarının önemli bir rolü vardır.

7) Ürünün Uyumu: Piyasadaki bütün ürünler gibi, turistik ürünlerin de bir yaşam süresi vardır. Genellikle başlangıç (giriş), gelişme (büyüme), olgunluk, gerileme (düşüş) olmak üzere dört dönemi kapsayan bu süre, üründe değişiklikler yapılması, yeni ürünlerin piyasaya sürülmesi, ürünün üretimin sonlandırılması gibi kararların alınmasını etkilemektedir.

Turistik ürün politikasını oluşturan bu elemanlar, her turistik ülke bölge için farklılık gösterebilmektedir (Salkım, 2007: 178). Çünkü her ülke ve/veya bölge, birbirinden farklı birtakım turistik özelliklere ve yapılara sahiptir. Dolayısıyla bu farklılıklar, turistik ürün politikalarının ülke ve/veya bölge bazında farklılaşmasına neden olmaktadır.

Turistik ürün planlaması ise değişik aşamalardan oluşmaktadır. Birinci aşama, potansiyel turistlerin ihtiyaçlarının ve beklentilerinin tespit edilerek, bunlara

uygun ürünlerin belirlenmesinden oluşmaktadır. İkinci aşama, turistik ürünün planlandığı aşamadır. Bu aşama, potansiyel turistlerin beklentilerini ve ihtiyaçlarını karşılayacak özelliklerin turistik ürüne kazandırılmasıyla ilgili çalışmaları kapsamaktadır. Yani, turistik ürünün belirlenmiş niteliklerine uygun olarak üretimi bu aşamada gerçekleştirilir. Ayrıca, turistik ürünün yaşam eğrisi de bu aşamada belirlenir. Üçüncü aşama ise, turistik ürünün yaşam eğrisinin incelendiği aşamadır. Ürünün yaşam dönemi, onun üretimi, pazarlanması ve satış potansiyelinin belirlenmesi açısından son derece önemlidir (Usta, 2008: 110).

2.3. BÖLGESEL TURİSTİK ÜRÜN VE TURİSTİK ÜRÜNÜN BİLEŞENLERİ

Bölgesel turistik ürünler, bir bölgenin genel özelliklerini yansıtan ürünlerdir. Bölgesel turistik ürün, ilgili bileşenlerin doğal, sosyo-kültürel özelliklerine göre belirlenmeli ve ürüne bu anlamda bir yön verilmelidir. Ayrıca bölgeyi ziyaret etmesi olası potansiyel turistlerin geldiği yer, eğitim durumu, gelir düzeyi gibi faktörler de bölgesel turistik ürünün oluşturulmasında önemlidir.

Pazar araştırması, doğrudan pazarın kendisini ilgilendiren ve sınırları belirli bir tüketici grubuna ya da coğrafik bölgeye yönelik olarak yapılan bilgi toplama çabalarıdır. Pazar araştırması, turizm talebinin temel kaynağını oluşturan turistlerin -ki bunlar turizm talebini oluşturan temel kaynaklardır- beklentilerinin, isteklerinin, davranışlarının veya eğilimlerinin araştırılması amacıyla yapılmaktadır (Usta, 2008: 171-172). Bölgesel turistik ürünün pazarlamasında öne çıkan konular destinasyon ve destinasyon pazarlaması kavramlarıdır.

Geleneksel olarak destinasyonlar, iyi tanımlanmış coğrafik alanlar (bir ülke, ada, ilçe gibi) olarak kabul edilmektedir. Bir destinasyonun seyahat güzergâhına bağlı olarak, turistlerin kültürel geçmişiyle, ziyaret amacıyla, eğitim düzeyiyle ve geçmiş deneyimleriyle açıklanan algısal bir kavram olduğu söylenebilir. Bölgesel turistik ürünlerin sunulduğu destinasyonlarda zaman içerisinde ürünlerin

farklılaştırılmasına gereksinim duyulmaktadır. Bu konuda, kamu sektörü ve özel sektör iş birliğine gitmelidir. Turizm politikalarının oluşturulmasındaki destinasyon pazarlaması olanakları, bölgesel kalkınma planlarıyla bağlantılı olmalıdır (Buhalis, 2000: 97).

Destinasyonlar, insanların seyahatleri ve belirli bir süre kalmaları için belirgin özelliklere ve niteliklere göre seçilmiş bir çekiciliği ifade etmektedir. Bir destinasyon bütün ürünlerin, hizmetlerin ve çevresel yaşantının bir bileşimidir. Bu durum, bütün paydaşlar için faydaları en üst düzeye çıkarma, talep ve arzı yönetme yanında, turizmin bölgesel etkilerini değerlendirme olanağı da sunmaktadır. Birçok destinasyon şu altı bileşenden oluşmaktadır (Buhalis, 2000: 98):

- Çekicilikler (doğal, insan yapımı, yapay, amaca uygun yapılmış çekicilikler, gelenekler ve özel durumlar),
- Ulaşılabilirlik (yollar -güzergahlar-, sınırlar ve araçlardan oluşan bütün ulaştırma sistemi),
- Güzellikler (konaklama ve yeme-içme olanakları, perakendecilik, diğer turistik hizmetler),
- Kullanılabilir paketler (araçlar ve yöneticiler tarafından önceden düzenlenmiş paketler),
- Etkinlikler (destinasyonda kullanılabilen bütün etkinlikler ve tüketicilerin seyahatleri sırasında neler yapacağı),
- Yardımcı hizmetler (turistler tarafından yararlanılan banka, iletişim, posta, hastane, gazete bayii gibi hizmetler).

2.3.1. Bölgesel Turistik Ürünü Tutundurma Faaliyetleri

Destinasyonlara, işletmelere, ürünlere yönelik talebi ve satışları arttırma yolları arasında bulunan tutundurma son yıllarda büyük önem kazanmıştır (Avcıkurt, 2005: 51). Tutundurma, ürünün satışını teşvik ederken kullanılan mesajları ya da araçları (basılı gereçler, e-postalar, reklamlar gibi) ifade eder (Briggs,

2001: 42). Daha kapsamlı bir tanıma göre tutundurma, bir ürüne veya hizmete olan talebi ve satışı arttırma amacı başta olmak üzere, çeşitli pazarlama amaçlarının gerçekleştirilmesi için doğrudan, kişisel veya kişisel olmayan dolaylı yöntemler, teknikler, araçlar, süreçler ve personel kullanılarak, alıcılara ve diğer ilgililere, çeşitli iletişimler geliştirme, yayma ve bilgi toplama etkinliğidir (Tek, 1999: 708). Tutundurmanın günümüzde önem kazanmasının nedenlerinden bazıları şunlardır (Akat, 2000: 188):

- Üreticilerle tüketiciler arasındaki fiziksel mesafenin artması,
- Nüfus artışına bağlı olarak tüketici sayısının artması,
- Gelir artışları sonucu pazarların büyümesi,
- İkâme mal ve hizmetlerin çoğalmasıyla rekabetin artması,
- Aracı kuruluşların sayısının artmasıyla dağıtım kanallarının genişlemesi,
- Tüketici istek ve ihtiyaçlarının değişmesi.

Reklam, kişisel satış, halkla ilişkiler, satış geliştirme ve doğrudan pazarlama, tutundurma karmasını oluşturmaktadır (Kotler, Bowen ve Makens 1999: 489-490; Morrison 1999: 350; Reich, 1997: 393) .

Reklam: Ürün, mal ve hizmet, fikir, mekân ve kişilerin, bir kişi veya kuruluş tarafından belirli bir bedel karşılığında sunumu ve tutundurulması anlamına gelmektedir (Tek, 1999: 709). Reklam, en yaygın şekilde yazılı ve görsel basında yer almaktadır.

Kişisel Satış: Bir veya daha fazla potansiyel alıcıyla satış yapma amacına dayalı yapılan kişisel iletişime dayalı görüşmedir (Kotler, Bowen ve Makens 1999: 490). Kişisel satış, diğer tutundurma araçlarından daha etkilidir. Çünkü birçok satın alma kararı tüketicileri bilgilendirmeye ve ikna edebilmeye dayanmaktadır (Reich, 1997: 393). Kişisel satış, satıcıya bu olanakları sunmaktadır. Kişisel satışta, görüşmeyi yapan kişinin bilgi düzeyi, ifade ve ikna yeteneği, hareketleri, mimikleri satışın gerçekleşebilmesi açısından son derece önemlidir.

Halkla İlişkiler: Tutundurma karması elemanlarından biri olan halkla ilişkiler, olumlu tanıtımlar yaparak, iyi bir firma imajı yaratarak ve olumsuz söylentileri, hikâyeleri ve olayları düzelterek, işletmelerin değişik toplumlarla iyi ilişkiler kurmasının sağlanmasıdır (Kotler, Bowen ve Makens 1999: 490). Bir başka tanıma göre halkla ilişkiler, ürün ve hizmetlere veya kuruluşlara olan talebi arttırmak için, sponsorlar tarafından belirli bir bedel ödenmeksizin yapılan, yazılı basında ve görsel medyada ticari değeri olan haberlerin çıkarılması, olumlu tutum ve duyuların oluşturulmasıdır (Tek, 1999: 708).

Satış Geliştirme: Bir ürün veya hizmetin satılması ve tüketiciyi özendirmek için yapılan kısa süreli teşviklerdir. Bu teşvikler, satış kuponları, ücretsiz deneme ürünleri (eşantiyon), ödüller, indirimler şeklinde olabilir (Morrison, 1999: 404). Satış geliştirme faaliyetleri, ürünün üretildiği yerde ve üretildiği yerin dışında yapılan satış geliştirme faaliyetleri olarak ikiye ayrılır. Ürünün üretildiği yerde yapılan satış geliştirme faaliyetleri, satış personelinin mesleki eğitim düzeyine ve tecrübesine, satış ve işletmenin amaçlarıyla ilgili bilgilere, satıştaki iletişim şekline (yazılı, sözlü, giyim tarzı, gösteriş gibi) ve ürünün niteliklerine bağlı olmaktadır (Usta, 2008: 178).

Doğrudan Pazarlama: Doğrudan pazarlama, günümüzde kullanılmakta olan farklı araçların da yardımıyla bir satıcının, alıcıya ürün ve hizmetleri doğrudan aktardığı faaliyetlerin bütünüdür. Bu pazarlama yönteminde, mektup, katalog, basılı yayın, bilgisayar ve telefon imkânları, müşteri fişlerinden ve ilgili verilerden yola çıkarak kullanılmaktadır. Doğrudan pazarlamanın üç temel özelliği vardır. Bunlar, somut teklifin yapılması, tüketicinin karar vermesi için tüm bilgilerin sağlanması ve bir cevap verme mekanizmasının kurulmasıdır (Pırnar, 2006: 18-19).

2.3.2. Bölgesel Turistik Ürünün Dağıtım

Turizm pazarlaması içinde yer alan dağıtım politikası, turistik mal ve hizmetlerin tüketiciyle buluşmasını sağlayan çalışmalardır (Usta, 2008: 177). Eğer otelin nitelikleri bir otelin kalbi olarak görülürse, dağıtım sistemi de o otelin dolaşım

sistemi olarak değerlendirebilir. Dağıtım sistemleri tüketicilere düzenli bir akış sağlamaktadır. Bir dağıtım kanalı, ürünleri üreticiden tüketiciye taşımaktadır (Kotler, Bowen ve Makens 1999: 451-453).

Dağıtım işlevi dört yolla gerçekleşebilir. Bu yollar Şekil 2’de verilmiştir.

Şekil 2: Tüketici Pazarlama Kanalları

1. Yol

Üretici ----- Tüketici

2. Yol

Üretici ----- Perakendeci ----- Tüketici

3.Yol

Üretici ----- Toptancı ----- Perakendeci ----- Tüketici

4.Yol

Üretici ----- Toptancı ----- Taşeron ----- Perakendeci ----- Tüketici

Kaynak: Kotler, Bowen ve Makens, 1999, s. 455.

Şekil 2’de görüldüğü üzere birinci yolda ürün, üreticiden doğrudan tüketiciye sunulmaktadır. İkinci yolda, üretilen ürün önce bir perakendeciye daha sonra tüketiciye ulaşmaktadır. Üçüncü yolda ürün, üreticiden toptancıya oradan da perakendeciye ulaştıktan sonra tüketicinin eline geçmektedir. Dördüncü ve son yolda ise üretilen ürün, sırasıyla toptancıya, taşeron firmaya, perakendeciye geçerek en sonunda tüketicinin eline ulaşmaktadır.

Turizm işletmelerindeki dağıtım sistemi diğer endüstri kollarındakinden farklıdır. Turizmde dağıtım sistemi tersine işler. Bunun nedeni, turistik ürünün

üretildiği yerde ve zamanda tüketilmesidir. Yani bir turistik ürünü satın almak isteyen turist, o ürünün hazırlandığı ve sunulduğu yere gitmek durumundadır.

Şekil 3'te turizm endüstrilerindeki malların, hizmetlerin ve olanakların turistlere ulaşması gösterilmektedir.

Şekil 3: Turizm Endüstrisindeki Malların, Hizmetlerin ve Olanakların Turistlere Ulaşması

1. Yol

Turistik Mallar, Hizmetler ve Olanaklar ----- Turistler

2. Yol

Turistik Mallar, Hizmetler ve Olanaklar ----- Tur Operatörü ----- Turistler

3.Yol

Turistik Mallar, Hizmetler ve Olanaklar ----- Seyahat Acentesi -----Turistler

4.Yol

Turistik Mallar, Hizmetler ve Olanaklar ----- Tur Operatörü ----- Seyahat Acentesi ----- Turistler

Kaynak: Pender, 1999, s. 222.

Şekle göre, turistik ürünün tüketiciye ulaşması dört farklı yolla olabilmektedir. Bunlardan birincisinde, turistler turist ürünü doğrudan kendisi satın almaktadır. İkinci yolda turist, ürünü tur operatöründen üçüncü yolda ise seyahat acentesinden satın almaktadır. Dördüncü yolda ise turistik ürün, tur operatöründen seyahat acentesine oradan da turiste ulaşmaktadır. Pazarlama açısından turizmdeki aracı kuruluşlar (tur operatörleri ve seyahat acenteleri), turistlerin gereksinim duydukları malları, hizmetleri ve olanakları, uygun zamanda hazır bulundurarak turistlerin beğenisine sunmaktadır (Akat, 2000: 118).

2.3.3. Bölgesel Turistik Ürünün Fiyatlandırılması

Fiyat basit olarak, mal ve hizmete yüklenen parasal değerdir. Daha geniş anlamıyla fiyat, bir mal veya hizmeti satın almanın veya kullanmanın faydalarının karşılığı olarak o mal veya hizmete ödenen parasal değerdir (Kotler, Bowen ve Makens, 1999: 403).

Fiyatlandırma, turizmde kullanılan temel pazarlama araçlarından biridir. İşletmeler için, ürünlerine tüm müşteriler tarafından belirli bir dönemde ödenen toplam tutar, onun işletme giderlerini karşılamak, işletmeyi büyütmek ve sahiplerine kâr sağlamak için temel sermaye kaynağıdır. Yöneticiler, işletmenin amaçları doğrultusunda bir dizi fiyatlandırma amaçları ve politikaları geliştirmektedir. Politikalar, esnek fiyatların nasıl olacağını indirimlerin kime, ne zaman uygulanması gerektiğini açıklamalıdır (Laws, 2002: 9).

Turizm işletmelerinde fiyatlandırma yapılmadan önce mevcut pazar, rekabet koşulları, genel ekonomik yapı gibi genel koşullar dikkatle incelenmelidir. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatının belirlenmesinde en etkili faktör, tüketicilerin satın almayı düşündükleri turistik ürüne verdikleri değerdir (Usta, 2008: 176). Bölgesel bir turistik ürünün fiyatının belirlenmesinde de bölgesel pazarın yapısı, bölgedeki rakiplerin durumu, bölgeye gelen turistlerin profili, bölgedeki ekonomik faaliyetler, bölgeyle ilgili yasal düzenlemeler gibi konular son derece önemlidir. Bir bölgede turistik ürünlerin fiyatı belirlenirken, bölgeyle ilgili bu konulara dikkat edilmelidir.

Turizm pazarının en önemli özelliklerinden biri, otel işletmeleri, tur operatörleri, ulaştırma işletmeleri, seyahat acenteleri arasındaki fiyata dayalı yüksek rekabet düzeyidir (Laws, 2002: 9). Turizmde uygulamaya yönelik yaklaşımlarda çeşitli faktörlere göre fiyat farklılaştırması yapılabilmektedir. Turizmde fiyat farklılaşması, zamana (mevsime), kitlesel veya bireysel talep durumuna, pazar bölümüne, hedef pazarın konumuna, doğrudan veya dolaylı dağıtım kanallarına, ödeme şekline, iç ve dış pazar farklılığına göre yapılmaktadır (Usta, 2008: 177).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ALTINOLUK ÖRNEĞİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın temel amacı, Altınoluk bölgesinin genel ve turistik özellikleri ve bölgenin gelişim süreci ortaya koyularak, bölgenin mevcut durumunun belirlenmesi ve bu bilgiler ışığında, bölgede sürdürülebilirlik kapsamında turizmin geliştirilmesi için neler yapılması gerektiğinin tespit edilmesidir. Böylece, bölgeye gelen turist profili belirlenerek, bölgeyle ilgili planlama başta olmak üzere, pazarlama faaliyetleri ve bölgenin gelişim amaçlarıyla ilgili bilgiler elde edilmiş olacaktır. Bununla birlikte turistlerin bölgeyle ilgili memnuniyetleri ve rahatsızlıkları, bölgeyi tercih etme sebepleri konularında ve kalış süreleri, yöresel ürünler/etkinlikler gibi konularda bölge yöneticilerine, özel sektör temsilcilerine ve bölge halkına katkı sağlayacak sürdürülebilir bir turistik yapının geliştirilmesine olanak sağlanacaktır. Bütün bunlara bağlı olarak çalışmada sürdürülebilir turizm kapsamında bölgenin planlanmasına yönelik önerilerin sunulması da amaçlanmıştır.

3.2. ARAŞTIRMANIN KONUSU VE ÖNEMİ

Günümüzde birçok alanda başarıya ulaşılması için planlama yapmak son derece gerekli bir konudur. Bir işin planlanmadan yapılması halinde beklenmedik sorunlarla ve risklere karşılaşılabilmektedir. Planlanmadan yapılan işler sonucu para, zaman, emek kayıpları söz konusu olabilmektedir. Bu sorunlar karşısında uğranılan zarar ve kayıplar bazen karşılanamayacak boyutlarda olabilmektedir. Dolayısıyla, her alanda olduğu gibi turizmde de planlama son derece önem arz eden bir konudur. Doğru planlanmadan yapılan turistik yatırımlar ve geliştirilen turistik bölgeler ve ürünler, ya hiç başarıya ulaşamamakta ya da başarı istenilen düzeyde olmamaktadır.

Turizme açılan bölgelerin doğru planlanması, o bölgenin turistik anlamda yaşam döneminin uzun olabilmesi için ön şarttır. Doğru planlanmış bir turizm bölgesinin gelişimi aşama aşama ve düzenli şekilde olmaktadır. Bu şekilde gelişme gösteren bir turizm bölgesinde her şey daha önceden detaylı olarak planlanmaktadır. Araştırmanın konusunu oluşturan planlama çalışmalarının, sürdürülebilir turizm kapsamında yapılması da son derece önemlidir. Turizmin geliştirilmesi amacını gerçekleştirirken, turizmin temel elemanları olan doğal çevreye, tarihi-kültürel yapıya ve insan varlığına zarar verecek uygulamalardan sakınılması gerekmektedir. Yani bir yandan turizmi geliştirmeye çalışırken, diğer taraftan turizmin doğrudan bağlı olduğu kaynakları tahrip etmek doğru bir anlayış değildir. Bu bağlamda araştırmanın konusu, sürdürülebilir turizm kapsamında bölgesel planlama ve bölgesel turistik ürün oluşumu üzerinedir.

3.3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ARACI

Araştırma kapsamında konuyla ilgili yerli ve yabancı kaynaklar gözden geçirilerek, ayrıntılı bir yazın taraması yapılmıştır. Araştırmadaki veriler anket yoluyla toplanmıştır. Anket, mevcut yazından yararlanılarak geliştirilmiştir. Anket, Çevirgen'in (2003) konuyla ilgili araştırmasında yer alan soru türleri dikkate alınarak, amaca uygun bağımsız bir soru formu geliştirilerek oluşturulmuştur. Geliştirilen soru formu, yüz yüze yöntemi kullanılarak uygulanmıştır. Soru formunun uygulanması, bölgede turizm hareketlerinin en yoğun olduğu 15 Temmuz-15 Ağustos 2009 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Hazırlanan soru formu, öncelikle kırk üç kişiye ön test olarak uygulanmıştır. Bu uygulamanın sonucuna göre, katılımcılar tarafından anlaşılamayan sorularla ilgili gerekli düzenlemeler yapılarak, soru formuna son hali verilmiştir. Soru formu, katılımcıların demografik özelliklerine, bölgeye gelişlere ve bölgesel planlamaya ve turistik ürünlere yönelik sorulardan oluşmaktadır. Anket tekniğiyle toplanan veriler SPSS 16 for Windows (Statistical Program for Social Science) paket programıyla analiz edilmiştir. Araştırmada ayrıca bölgeyle ilgili daha ayrıntılı bilgiler elde edebilmek için bölgenin yöneticileriyle bilgi alışverişinde bulunulmuştur.

3.4. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

Araştırma, Balıkesir ili Edremit ilçesine bağlı Altınoluk belediye sınırları içerisinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın evreni, anketin uygulandığı dönemde Altınoluk'ta bulunan turistlerdir. Araştırma kapsamında toplam üç yüz üç katılımcıya ulaşılmıştır. Anketlerin uygulanmasında kolayda örneklem yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda anket formu katılımcılara, farklı zamanlarda ve yoğunluğun olduğu farklı yerlerde uygulanmıştır. Çalışmada ayrıca, belediye yetkilileriyle görüşmeler de yapılmıştır. Beldenin belediyesinde görüşülecek yetkili sayısının yeterli olmaması, çalışmayı sınırlayan bir faktördür.

Araştırmanın uygulama alanı olarak Altınoluk beldesinin seçilmesinin birkaç nedeni vardır. Öncelikle Altınoluk, turizmin hızlı bir gelişme gösterdiği bir bölgedir. Dolayısıyla bölgedeki turizm gelişiminin bir plan dahilinde ve sürdürülebilir boyutta gerçekleştirilmesinin gerekliliği çalışmanın temel gerekçesidir. Bu yüzden, bölgedeki turizm gelişiminin istenilen düzeyde olup olmadığının tespiti, gerekli araştırmalar ve yöneticilerin desteği de belirlenmeye çalışılmıştır. Diğer taraftan, turizmin hızla geliştiği bir merkez olma durumundaki Altınoluk'ta, alan yazınında konuyla ilgili bir çalışmanın yapılmamış olması da, çalışmanın bu bölgede yapılmasının diğer bir gerekçesidir. Ayrıca, kitle turizmin etkilerinin yoğun bir şekilde görüldüğü uygulama bölgesinde, alternatif turizm türlerini geliştirmek ve uygulamaya koymak da, çalışma alanının seçiminde etkili bir diğer gerekçedir.

3.5. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmanın hipotezleri şu şeklide sıralanabilir:

1) H_0 = Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden memnun olma dereceleri arasında anlamlı bir fark vardır.

2) H_0 = Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden rahatsız olma dereceleri arasında anlamlı bir fark vardır.

3) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, bölgede kamp kurma talepleri arasında anlamlı bir fark vardır.

4) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, yöresel yemekleri tatma etkinliğine katılma düzeyi arasında anlamlı bir fark vardır.

5) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, Kazdağı Mili Parkı'nı gezme etkinliğine katılma düzeyi arasında anlamlı bir fark vardır.

6) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, bölgedeki kültürel ve tarihi miras yerlerini görme etkinliğine katılma düzeyi arasında anlamlı bir fark vardır.

7) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, doğa sporu etkinliklerine katılma düzeyi arasında anlamlı bir fark vardır.

8) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, bölgesel kültürel etkinliklere katılma düzeyi arasında anlamlı bir fark vardır.

3.6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmaların bulguları kapsamında öncelikle, Altınoluk'la ilgili bulgulara yer verilmiştir. Daha sonra katılımcıların demografik özelliklerine yönelik tanımlayıcı istatistikler tablolar halinde verilmiştir. Son olarak ise, araştırmadan elde edilen bilgiler ışığında uygulanan istatistiksel analizlerin sonuçları tablolar halinde gösterilmiştir.

3.6.1. Altınoluk'la İlgili Bulgular

Çalışmanın bu kısmında Altınoluk'la ilgili bulgulara yer verilmiştir. Bu kısımda; Altınoluk'la ilgili genel bulgulara, Altınoluk'un tarihsel özelliklerine, Altınoluk'un iklimle ilgili özelliklerine, Antandros Antik Kenti'yle ilgili bulgulara,

Altınoluk'taki turistik alanlarla ilgili bulgulara, Altınoluk'la ilgili yapılan SWOT analizine, Altınoluk'la ilgili mevcut sorunlara yer verilmiştir.

3.6.1.1. Altınoluk'la İlgili Genel Bulgular

Edremit, Balıkesir iline bağlı, il merkezine 86 kilometre uzaklıkta yer alan 49.122 merkez nüfusa ve 113.453 toplam nüfusa (21/01/2008), 708 kilometrekare yüzölçümüne sahip önemli bir ilçedir (<http://balikesir-edremit.gov.tr>). İlçenin en önemli özelliği yaz aylarında yüz binlerce tatilcinin akın ettiği bir turizm bölgesi olmasıdır. Edremit ilçe merkezinin denizle bağlantısı yoktur. İlçe, Akçay, Zeytinli, Güre ve Altınoluk dahil yaklaşık 32 kilometrelik bir kıyı şeridinde sahiptir. Bu kıyıların neredeyse tamamı (31 kilometrelik kısmı) plaj olarak kullanılabilir (www.altinoluk.bel.tr). Edremit bölgesinde turizm açısından öne çıkan yerler, Akçay, Altınoluk, Zeytinli ve Güre'dir. Akçay bölgenin en eski turistik merkezidir. Altınoluk'un turizm anlamında gelişimi son yıllarda hız kazanmıştır. Zeytinli güzel mesire alanlarıyla bilinmektedir. Güre ise denizin ve termal kaynakların bulunduğu ülkemizin belli başlı turizm bölgelerinden birisidir.

Çalışmanın konusunu oluşturan Altınoluk, Balıkesir iline Edremit ilçesine bağlı bir beldedir (ilçeden küçük belediyeyle yönetilen yer) (www.tdk.gov.tr). Altınoluk, Balıkesir-Çanakkale ve İzmir-Çanakkale kara yolu üzerindedir. Altınoluk, Edremit'e 25, Balıkesir'e 112, İstanbul'a 450, İzmir'e 225, Çanakkale'ye 110 ve Ankara'ya ise 650 kilometre uzaklıktadır (<http://www.kgm.gov.tr/ilce2.asp>). Edremit Körfezi'nde yer alan Altınoluk'un kuzeyinde Kaz Dağları (İda), güneyinde Edremit Körfezi, doğusunda Akçay-Edremit, batısında Küçükkuyu bulunmaktadır.

Bölgede, Kaz Dağı, Eyberk Dağı, Dede Dağı, Gürgen, Kocakatran, Küçükkatran ve Susuz Dağları'nın içinde bulunduğu dağ sırası Kaz Dağları olarak adlandırılmaktadır. Kaz Dağları, Küçükkuyu-Bayramiç arasından başlayıp, Edremit Körfezi'nin kuzeyinde Kara Menderes Çayı'nın yukarı havzasına kadar uzanmaktadır. Bu dağlar Ege Bölgesi'ni Marmara Bölgesi'nden ayırır. Kaz Dağları,

Balıkesir ve Çanakkale il sınırları içerisinde kalmaktadır (www.kazdaglari.com/yeri). Öznal'dan* edinilen bilgiler çerçevesinde, Kaz Dağları, Edremit Körfezi'nin kuzey kıyısına paralel doğu-batı yönünde 60-70 kilometre boyunca bir duvar gibi uzanmaktadır. Kaz Dağları, batıda Ege Denizi boyunca ve kuzeyde Marmara Denizi'ne doğru araya nehirleri ve vadileri de alarak devam eder. Bu görüntüsünden dolayı Kaz Dağları'nı Homeros bir ahtapota, Strabon'da bir kırkayağa benzetmiştir. Eko turizm ve kültür turizmi olanaklarıyla Kaz Dağları, 2002 dünya dağlar yılında, Yunanistan'ın Olimpos Dağı ile birlikte bu alanda dünyanın en iyi dağlarından biri seçilmiştir.

Altınoluk bölgesinin en dikkat çeken yükseltisi Kaz Dağı'dır. Altmış-yetmiş kilometrelik Kaz Dağları zincirinin ortasında yer alan Kaz Dağı'nın güneyi Edremit Körfezi, doğusu Zeytinli Çayı, kuzeyi Kara Menderes Çayı, batısı Altınoluk ile çevrilidir. Kaz Dağı'nın 21.450 hektarlık alanı 17-04-1993 tarih ve 21555 sayılı resmi gazetede yayınlanan 93/4243 sayılı bakanlar kurulu kararıyla Kazdağı Milli Parkı olarak ilan edilmiştir (www.kazdaglari.com/yeri). Kazdağı Milli Parkı'nda bugüne kadar yüz bir familyaya ait sekiz yüz civarında bitki tespit edilmiştir. Bu türlerin yetmiş yedisi yalnızca Türkiye'de bulunmaktadır. Bunlardan yirmi dokuz tanesi de dünyada sadece Kazdağı Milli Parkı'nda bulunmaktadır (www.kazdaglari.com/bitkiler).

Kaz Dağı'nın en yüksek noktası 1774 metre ile Karataş Tepesi'dir. Kaz Dağı'nın güney yamaçlarında Şahin Deresi, Zıhın Deresi ve Ayı Deresi Kanyonları bulunmaktadır. Bu kanyonlarda dağcılık faaliyetleri yapılmaktadır. Bunlardan sık çam ağaçlarıyla kaplı, altı yüz metre derinliğindeki ve iki kilometre uzunluğundaki Şahin Deresi Kanyonu hava koridoru özelliğiyle temiz havayı Altınoluk'a kadar iletmektedir (İrtem ve Karaman, 2004: 5). Altınoluk'un dünyada İsviçre Alpleri'nden sonra oksijeni en bol ikinci bölge olma özelliği buradan kaynaklanmaktadır. Bu

* Çalışma kapsamında, bölgenin planlanması, turizmi ve çevresel özellikleri konusunda yetkili bir kişi olan Mimar Mehmet Akif ÖZNAL ile görüşmeler yapılarak bölgeyle ilgili ayrıntılı bilgiler elde edilmiştir. Elde edilen bu bilgilere çalışmanın üçüncü bölümünde yer verilmiştir.

sebeple bölge astım ve kalp hastalarına özellikle tavsiye edilmektedir. Homeros'un İlyada'sında, Kaz Dağı'ndan "Bin Pınarlı İda" olarak bahsedilmektedir (www.kazdaglari.com/yeri).

24 kilometre uzunluğunda doğal plajlara sahip Altınoluk, son yıllardaki hızlı gelişimiyle bölgenin en dikkat çeken turizm merkezi haline gelmeye başlamıştır. Altınoluk'ta da bölgenin diğer turistik merkezlerinde olduğu gibi (Akçay, Güre, Zeytinli) çok sayıda yazlık ev ve site bulunmaktadır. Bölgede bulunan Mihli Çayı (Altınoluk'u Küçükkuyu'dan ayırmakta), Manastır Çayı ve Şahin Deresi bölgenin güneyindeki Edremit Körfezi'ne dökülmektedir. Kaz Dağları'ndan kaynağını alan bu çay ve dereler, özellikle yaz aylarında alanı olarak iç turizmin canlanmasında önemli pay sahibidir. Altınoluk, Mihli Çayı'ndan Güre'ye kadar uzanan (kara yolu uzunluğu yirmi bir kilometre) mücavir alanıyla (bir şehrin gelişmesi görüldüğünde kullanılabilecek olan belediye sınırlarına komşu alan) (www.tdkgov.tr) birlikte 22.000 hektarlık alana sahiptir. Bu alanın, 9356 hektarı ormanlık, 9924 hektarı zeytin ağacı ile kaplı alandır. Geriye kalan 2720 hektarlık alan ise imarlı alandır (imar planı alanıdır). Altınoluk'taki konut sayısı yaklaşık 59.000'dir. Buna göre nüfusu 16.000 olan beldenin yaz dönemindeki nüfusu yaklaşık 250.000-300.000 olmaktadır (*Öznel).

Bölgede, Altınoluk'a yaklaşık 40 kilometre uzaklıkta, Edremit ilçesine bağlı Körfez Havaalanı bulunmaktadır. 28 Haziran 1997 yılında hizmete giren Edremit Körfez Havaalanı, iç hat trafiğine açık olup, havaalanının yolcu kapasitesi 120.000 yolcu/yıl'dır (<http://balikesir-edremit.gov.tr>). Havaalanı, Burhaniye, Ören, Gömeç, Ayvalık, Altınova, Akçay, Altınoluk, Assos, Küçükkuyu gibi turistik beldelere yakın olmasıyla önem kazanmaktadır.

Körfez Havaalanı'nın önceleri iş jetlerine ve küçük uçaklara hizmet vermesi planlanmıştır. Ancak artan talep doğrultusunda ilk olarak Dardanel Havayolları bölgeye tarifeli seferler düzenlemiştir. Ardından Türk Hava Yolları, RJ70 ve RJ100 uçaklarıyla Körfez-İstanbul uçuşları düzenlemiştir. Türk Hava Yolları'nın RJ'leri elden çıkarmasıyla bir süre tarifersiz uçuşlardan yoksun kalan havaalanı, 2006 yılı

Haziran ayında Atlas Jet'in CRJ900 tipli uçaklarıyla İstanbul seferlerini başlatmasıyla yeniden canlılık kazanmıştır. Kışın haftada iki gün İstanbul seferlerine devam eden şirket, yazın seferlerini haftada on uçuşa kadar çıkarmakta ve yüksek doluluk oranlarıyla uçuşlar gerçekleştirmektedir. Havaalanında uçak trafiği, 2006 yılında 551, 2007 yılında 1830, 2008 yılında ise 2226 uçuş olarak gerçekleşmiştir. Havaalanı 17 Aralık 2008 tarihinde hava trafiğine kapatılmış ve alanda inşaat çalışmalarına başlanmıştır. İnşaat çalışmalarının 2010 yılı Haziran ayında tamamlanması planlanmaktadır. Bu çalışmaların tamamlanmasıyla pisti uzatılmış ve gerekli düzenlemelere kavuşmuş Körfez Havaalanı, uluslararası trafiğe açılmış olacaktır (www.dhmi.gov.tr). Böylece teknik ve kapasite açısından çok yetersiz olan eski havaalanının yerine uluslararası standartlarda bir havaalanı bölgeye hizmet vermeye başlayacaktır. Bu durumun, bölgenin ekonomik anlamda ve turizm açısından gelişmesine önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bölgenin ekonomisi turizm dışında, tarım ve sanayiye dayanmaktadır. Bölgenin en önemli ürünü zeytin ve zeytinyağıdır. Bölgede çok sayıda zeytin ağacı bulunmaktadır. Bu zeytinlerin işlenmesiyle ilgili zeytinyağı fabrikaları da bölge ekonomisi için son derece önemlidir. Bölgede ayrıca bölgenin iklim şartlarına uygun sebze ve meyve yetiştirilmektedir.

3.6.1.2. Altınoluk'un Tarihsel Özellikleri

Doğal güzelliklerinin yanı sıra önemli tarihsel birikimlere sahip olan Altınoluk'un eski köy yerleşimi kentin kuzeyinde, tepede yer almaktadır. 1927 yılına kadara adı "Papazlık" olarak geçen köye ait ilk veriler 16. yüzyıl başlarında Kanuni Sultan Süleyman'ın (1520-1566) saltanatının ilk yıllarında yapılan sayımlara kadar uzanmaktadır. Buradan yola çıkarak Papazlık'ın kuruluşunun 450 yılı aşan bir geçmişe dayandığını söylenebilir. Köyün ilk sakinleri, Osmanlı Devleti'nin vergi muafiyeti sağlayarak, derbentçi (geçit yerlerini korumakla görevli kimse) (www.tdk.gov.tr) kaydettiği ve Papazlık'a yerleştirdiği Söğütlü Yörükleri'dir. Rum yerleşimi, Yunanistan'ın Midilli adasından 1820'li yıllarda çalıştırılmak üzere

getirilen Rumların zamanla burada çoğalıp, bölgeye yerleşmeleriyle oluşmuştur. Rumlar, ibadetleri için bölgede bir de kilise yaptırmıştır. O dönemde bölgedeki Türk yerleşiminin, Hıdırlar, Kadirler ve Sakarlar olarak anılan ailelerden oluştuğu bilinmektedir (www.altinoluk.bel.tr; www.altinolukbeldesi.com).

Altinoluk'ta geçmişten beri süren bu yaşamın günümüze uzanan izleri olan Rum ve Türk sivil mimarlık örnekleri, kültürel birikimin en önemli tanıklarındır. 1991 yılında Bursa Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu tarafından kentsel sit alanı ilan edilen Altinoluk'ta, otuz altı adet yapı tescil edilmiştir. Bölgenin önemli bir kısmını kapsayan koruma amaçlı imar planı, 1994'ten beri uygulanmaktadır. Bazı önemli konaklar (Abdullah Efendi Konağı gibi) restore edilmiş olsa da, genelde tescilli yapılar acil restorasyon beklemektedir. Bunun yanı sıra, koruma planı gereği yeni yapılaşmalar sit koşullarına uygun oluşmaktadır. Bölgenin hemen güney eteğinde ve sit alanına dahil edilen, Altinoluk Antandros Amfi Tiyatrosu (5.000 kişilik), 1994 yılında yapımına başlanıp, 1997 yılında bitirilen çok önemli bir kültür ve sanat mekânıdır. Bu tiyatrodaki özellikle yaz aylarında birçok kültürel etkinlik (konser, tiyatro, festival gibi) düzenlenmektedir. Altinoluk'ta ayrıca 1994'ten beri her yıl "Altinoluk Antandros Yaşama Saygı Kültür ve Sanat Festivali" düzenlenmektedir. Eşsiz bir doğaya, 450 yıllık geçmişe sahip olan Altinoluk'un en önemli kültürel zenginliği, tarihi Antandros kentidir (www.altinoluk.bel.tr). Arnold Schwarzenegger'in de filmlerinde canlandırdığı ünlü kahraman Barbar Conan'ın kavmi olan Kimmerler, Kaz Dağı eteklerindeki Antandros kentini işgal edip göçebelikten, yerleşik düzene geçerek burada yüz yıl kadar yaşadığı bilinmektedir (www.kazdaglari.com/kultur). Dünyanın ilk güzellik yarışması Antandros kentinin üst kesimlerinde yapılmıştır. Arkeologların "Geleceğin Efes"i olabileceğini ifade ettikleri Antandros'ta kazı çalışmaları uzun bir süredir devam etmektedir. Yapılan kazı çalışmalarında, Antandros antik kentinin kuruluş aşamasına ait milattan önce sekizinci yüzyıla ait seramiklerin ele geçtiği tabakalara ulaşılmıştır. Sürdürülen kazı çalışmalarında milattan önce erken altıncı yüzyıla ait bir ev ortaya çıkarılmaya başlanmıştır (*Öznel).

Altınoluk Belediyesi 14-09-2002 tarihinden bu yana, Tarihi Kentler Birliği üyesidir. Bu birlik, on bin yıldır uygarlıklara beşiklik eden Anadolu'ya çok yakışan önemli ve nitelikli bir oluşumdur (*Öznel). Birlik 228 üye belediye sahiptir. Türkiye'nin de kurucusu olduğu, Avrupa Konseyi tarafından oluşturulan, "Avrupa: Bir Ortak Miras" kampanyasının yirmi beşinci yılı kapsamında Avrupa Tarihi Kentler Birliği oluşturulmuştur. Oluşturulan bu birlikte, Türkiye'nin de temsilini güçlü ve etkin bir şekilde sağlamak üzere, tarihi kentlerin bir araya getirilmesi ve bu kentler arasında kentsel, kültürel ve doğal mirasın ortak bir miras anlayışıyla korunması ve yaşatılması için ülkemizde de Tarihi Kentler Birliği kurulmuştur (www.tarihikentlerbirligi.com).

3.6.1.3. Altınoluk'un İklimle İlgili Özellikleri

Bölgenin iklimsel özellikleri incelendiğinde, bölgenin en dikkat çekici özelliğinin, İsviçre Alp'leri'nden sonra dünyada oksijenin en bol olduğu bölge olmasıdır. Bölge insanı tarafından "yarık" olarak adlandırılan ve Kaz Dağları'ndaki oksijeni kıyı kesimine ulaştıran hava koridorları, adeta bölgenin akciğerleridir. Bu yüzden Altınoluk'a "oksijen çadırı" da denilmektedir.

Bölgede oksijenin bol olmasından dolayı, Hollanda'da yaşayan bir Türk vatandaşı Hollandalı ortaklarıyla birlikte Altınoluk'a bir astım hastanesi yaptırmıştır. Ancak 1996 yılından beri devam eden süreçte hastane inşaatı bitmiş olmasına rağmen, hastane ne yazık ki henüz faaliyete geçememiştir. Bölge turizmi ve ekonomisi açısından son derece önemli olan hastanenin en kısa zamanda faaliyete geçirilmesi gerekmektedir (*Öznel).

Bölgenin diğer önemli kaynağı da suyudur. Çanakkale bölgesinin ve Edremit Körfezi'nin en önemli su kaynağı Kaz Dağları'dır. Homeros'un İlyada'sında, "Bin Pınarlı İda" olarak bahsedilen Kaz Dağları'ndaki kaynaklardan dört mevsim soğuk ve içimi kolay su akmaktadır (www.kazdaglari.com/yeri).

Bölgede iklim ve hava durumunun tespit edildiği ayrı bir meteoroloji istasyonu bulunmamaktadır. Dolayısıyla Altınoluk, Edremit Meteoroloji İstasyonu'na bağlıdır. Altınoluk'un genel olarak iklimine bakıldığında, kışların ılık ve yağışlı, yazların ise sıcak ve kurak geçtiği söylenebilir. Özellikle yaz günlerinde rüzgârlı geçen gün sayısı da az değildir. Bu iklim şartlarına bağlı olarak bölgede çok çeşitli ve bol miktarda tarımsal ürün yetiştirilmektedir. Bu ürünler arasında zeytin, incir, şeftali, çilek gibi ürünler öne çıkmaktadır.

Turizm sezonu ve turistik ürünlerin yapısıyla doğrudan ilgisi olması açısından bölgenin iklimini birtakım sayısal verilere göre incelemekte fayda vardır. Bölgede bir meteoroloji istasyonu olmadığından, bölgenin iklimine yönelik tutulan sayısal veriler Edremit Meteoroloji İstasyonu verilerine göre değerlendirilmiştir. Edremit ve Altınoluk ile ilgili iklim verileri genel olarak benzer özellikler göstermesine rağmen, Edremit'in iklim koşullarının (denize kıyısı olmadığı için), Altınoluk'a göre biraz daha karasal olduğu söylenebilmektedir. Çevre ve Orman Bakanlığı Devlet Meteoroloji İşleri Genel Müdürlüğü'nün verileri, Edremit Meteoroloji İstasyonu'ndan tablolar halinde temin edilmiştir. Buna göre bölgeyle ilgili son on yıllık (1999-2008, -deniz suyu sıcaklıkları on bir yıllık-) ortalama veriler tablolar halinde verilmiştir.

Tablo 3: Edremit'in aylara göre ortalama, en yüksek, en düşük sıcaklık değerleri (1999-2008)

Uzun Yıllar Aylık Ortalama Sıcaklık (°C)												
İstasyon Edremit												
Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Değerler	7,6	8,0	10,5	15,1	20,3	25,3	28,2	27,6	22,7	17,8	12,5	9,1
Uzun Yıllar Aylık En Yüksek Sıcaklık (°C)												
Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Değerler	19,5	20,4	29,2	30,4	34,5	38,2	42,8	41,8	36,8	32,4	29,2	22,2
Uzun Yıllar Aylık En Düşük Sıcaklık (°C)												
Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Değerler	-5,3	-7,5	-3,2	-1,0	6,2	11,2	12,4	12,2	11,0	3,6	-2,4	-4,4

Kaynak: Edremit Meteoroloji İstasyonu

Bölgenin son on yıllık ortalama, en yüksek, en düşük sıcaklık verileri Tablo 3'de verilmiştir. Buna göre, 1999-2008 yılları arasındaki ortalama sıcaklık verileri dikkate alındığında, bölgenin en sıcak ayı temmuz, en soğuk ayı ise ocaktır. Bölgenin en yüksek sıcaklık değerleri incelendiğinde, on yılı kapsayan dönemde bölgenin turizm açısından en yoğun olduğu aylar olan haziran, temmuz ve ağustos aylarında en yüksek sıcaklıkların 41-42 °C'lere kadar yükseldiği görülmektedir. En düşük sıcaklık değerlerine göre ise, özellikle aralık, ocak ve şubat aylarında sıcaklığın -6/-7 °C'lere değerlere kadar düşebildiği görülmektedir.

Tablo 4: Edremit'in aylara göre en çok ve ortalama yağış değerleri (1999-2008)

Uzun Yıllar Aylık En Çok Yağış (mm)												
İstasyon Edremit												
Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Değerler	89,4	53,5	73,1	50,5	40,1	24,4	39,3	25,5	38,6	134,1	77,7	52,0
Uzun Yıllar Aylık Toplam Yağış Ortalaması (mm)												
Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Değerler	77,4	97,2	60,9	52,9	26,1	10,7	6,1	6,3	28,2	64,5	114,6	82,8

Kaynak: Edremit Meteoroloji İstasyonu

Son on yılın en çok ve toplam yağış ortalamaları Tablo 4’te verilmiştir. Bu tablo doğrultusunda aylık toplam yağış ortalamaları incelendiğinde, bölgede en yağışlı ayın kasım olduğu görülmektedir. Son on yıl içerisinde bölgeye en fazla yağışın düştüğü ay ise ekimdir.

Tablo 5: Edremit’in aylara göre en çok ve ortalama rüzgâr hızı değerleri (1999-2008)

Uzun Yıllar Aylık Ortalama Rüzgâr Hızı (m sec)												
İstasyon Edremit												
Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Değerler	2,3	2,2	2,2	1,7	2,2	2,4	2,4	2,6	2,1	2,0	1,8	2,2
Uzun Yıllar Aylık En Çok Rüzgâr Hızı (m sec)												
Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Değerler	27,4	21,7	23,0	19,4	17,7	16,7	19,0	19,1	18,2	21,1	23,7	24,9

Kaynak: Edremit Meteoroloji İstasyonu

Bölgenin rüzgâr hızıyla ilgili veriler Tablo 5’te verilmiştir. Buna göre, ortalama olarak bölgede rüzgârın en hızlı olduğu aylar yaz aylarıdır. Turizm yoğunluğunun yaşandığı bu dönemde rüzgârların hızlı esmesi havayı serinletmesi açısından olumlu bir durumdur. Ancak rüzgârın bu aylarda hızlı olması denizin bazı günlerde dalgalı olmasına (koyların konumuna da önemli) neden olmaktadır. Bu durum, denize girmek isteyenler için olumsuz, rüzgâr sörfü yapmak isteyenler (sayısı az da olsa) için ise olumlu bir etki yaratmaktadır. Bölgede hakim olan rüzgâr yönü doğudur. Bunun dışında özellikle ilkbahar aylarında batı yönlü rüzgârlar da etkili olmaktadır.

Tablo 6: Edremit'in aylara göre ortalama nem değerleri (1999-2008)

Uzun Yıllar Aylık Ortalama Nem (%)												
İstasyon Edremit												
Aylar	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Değerler	65,8	62,3	61,8	61,0	52,8	46,3	45,1	48,4	56,2	62,3	68,3	66,5

Kaynak: Edremit Meteoroloji İstasyonu

Tablo 6'da, bölgeye ait ortalama nem durumu verilmiştir. Buna göre, nem oranının en yüksek olduğu aylar kış aylarıdır. Nemin yaz aylarında aşırı yüksek olmaması bölgenin havasının aşırı bunaltıcı olmamasını sağlamaktadır. Bu da tatilciler için olumlu bir durumdur.

Tablo 7: Ayvalık'ın aylara göre ortalama deniz suyu sıcaklık değerleri (1998-2008)

Aylık Ortalama Deniz Suyu Sıcaklığı (°C)												
İstasyon Ayvalık												
Yıl/Ay	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1998	10,4	9,5	11,2	14,0	18,0	22,7	26,5	25,0	22,3	20,8	18,1	13,0
1999	10,5	9,9	11,4	13,5	20,0	24,0	25,3	25,8	23,4	20,0	16,0	11,3
2000	9,3	7,2	7,8	12,6	18,5	22,3	25,2	25,3	22,9	19,6	16,5	15,0
2001	12,6	10,9	12,9	16,7	18,2	21,3	24,8	25,9	23,2	21,0	16,6	10,8
2002	7,6	11,4	14,5	15,6	18,4	21,7	25,9	27,5	24,9	21,6	18,0	13,1
2003	9,2	6,0		11,8	17,8	22,2	25,3	26,0	23,5	20,0	16,3	11,8
2004	8,9	7,8	10,1	14,1		21,0	24,2	25,5	23,9	19,4	17,9	
2005	10,6	9,4	11,7	14,3	19,0	22,3	25,8	26,6	24,9	21,7	18,6	16,5
2006	15,5	13,9	10,1	12,8	16,7	21,1	25,2	26,9	25,4	21,4	19,1	17,0
2007	14,3	12,9	12,3	14,0	16,8	21,1	26,8	26,4	24,3	20,7	18,2	16,3
2008	13,5	11,5	12,6	15,4	17,5	21,5	24,8	26,1	23,4	20,9	17,9	14,8

Kaynak: Ayvalık Meteoroloji İstasyonu

Bölgenin deniz suyu sıcaklıklarının aylar itibariyle on bir yıllık ortalamaları Tablo 7'de verilmiştir. Deniz suyu sıcaklıklarının ölçümü Edremit Meteoroloji İstasyonu'nda yapılmamaktadır. Bu yüzden söz konusu veriler Ayvalık Meteoroloji İstasyonu'ndan alınan yani Ayvalık'a ait deniz suyu sıcaklıklarıdır. Ayvalık ve

Altınoluk deniz suyu sıcaklıkları arasında küçük farklar bulunabilmektedir. Deniz suyu sıcaklıkları, hava sıcaklıklarına ve diğer birtakım iklim özelliklerine paralel olarak değişiklik gösterebilmektedir. Buna göre, yaz aylarında bölgedeki deniz suyu sıcaklıkları 21 °C ile 27 °C arasında değişmektedir. En son verilerin 2008 yılına ait olduğu bu tabloda, 2008 yılının temmuz ayında deniz suyu sıcaklığının ortalama 24,8 °C, ağustos ayında ise 26,1 °C olduğu görülmektedir. Tabloda boş olan kısımlar o ay ile ilgili verilerin mevcut olmadığını göstermektedir.

3.6.1.4. Antandros Antik Kenti

Antandros, Balıkesir ili sınırları içerisinde, Altınoluk-Edremit kara yolunun ikinci kilometresinde, Edremit Körfezi'nin kuzeyinde yer alan önemli bir Troas kentidir (<http://www.antandros.org>). Antandros Antik Kenti'ndeki kazı çalışmaları uzun bir süredir devam etmektedir. Bölgede şu ana kadar, eski dönemlere ait birçok esere rastlanmıştır. Bu eserler bölgenin tarihine ışık tutması açısından son derece önemlidir.

Bölgeyle ilgili en önemli gelişmelerden biri, Altınoluk beldesindeki Antandros Antik Kenti'nden, M.Ö. 1242 yıllarında hareket eden ve Roma İmparatorluğu'nun kurulmasında büyük etkisi olan "Fırtına Gemisi"nin (The Tempest) yeniden yapılarak mitolojik yolculuğun tekrarlanması çalışmalarıdır. İlyada destanının Truvalı kahramanı ve Roma İmparatoru Augustus'un atası Aeneas'ın, Kaz Dağları'ndaki ağaçlardan yaptırdığı geminin yeniden inşa edilmesi planlanmaktadır. Bu sayede, Truva düştükten sonra kenti terk edip yeni yurt arayan Truvalılar'ın önderi olan ve yaptığı gemiyle denize açılıp Orta İtalya'da Roma kentini kuran Aeneas'ın mitolojik yolculuğu tekrar edilmiş olacaktır. Bu projenin ortağı olan İtalya'nın Castro şehrinde de eş zamanlı çalışmaların sürdürüldüğü bilinmektedir. Bunun ilk ayağı olarak Altınoluk ve Castro'nun kardeş kent olması gerçekleştirilmiştir. Bu projeye tarihi geminin inşa edilip yolculuğun tekrarlanması için gerekli çalışmalar yapılmaktadır. Projenin temel amacı, Körfez Havaalanı'nın da uluslararası uçuşlara açılmasıyla bölgenin turistik çekiciliğini arttırarak, yabancı

turistlerin de bölgeye gelmesini sağlamaktır (İnce, 2009). Urkun'dan* edinilen bilgiler ışığında, kazı çalışmalarına, kazı evi tahsisi, ulaşım hizmetleri, kazı alanlarını koruma ve güvenlik hizmetleri, tüm tamir, bakım ve onarım konularında Altınoluk Belediyesi de destek vermektedir. Ayrıca, belediye 2009 Eylül ayında imzalanan protokolle de kazının resmi sponsorlarından biri olmuştur.

3.6.1.5. Altınoluk'taki Turistik Alanlar

Altınoluk'ta, deniz turizmi (deniz-güneş-kum) başta olmak üzere, cip safari, doğa yürüyüşleri, kültür turizmi, kamp ve karavan turizmi, dağcılık, olta balıkçılığı, futbol turizm (kamplar) gibi turizm türleri ve etkinlikleri mevcuttur. 2009 yılında beş plajının mavi bayrak almış (www.kultur.gov.tr) olması, Altınoluk'un denizin temiz olduğunun bir göstergesidir. Ancak aşırı kalabalık nedeniyle denizin zaman zaman kirlendiği gözlenmektedir. Kaz Dağı eteklerinde yapılan doğa yürüyüşleri, bölgedeki turistlerin en çok katıldığı etkinliklerden biridir. Bölgedeki seyahat acenteleri aracılığıyla Kaz Dağları'na yapılan cip safari de turistlerin ilgisini çekmektedir. Günübürlük yapılan bu gezide bölgedeki mesire alanları, dereler, çağlayanlar rehberler eşliğinde gezdirilmektedir. Daha önce Altınoluk'tan yakın çevreye yönelik yapılmakta olan yat turları, birkaç senedir yapılmamaktadır. Altınoluk'ta mevcut turizm türleri ve turistik etkinlikler dışında, kuş gözlemciliği, sağlık turizmi (astım hastanesi), çiftlik turizmi, gençlik kampları, bisiklet yarışları gibi turizm türlerinin ve etkinliklerinin geliştirilmeye uygun olduğu düşünülmektedir.

Bölgede, turizme hizmet veren toplam yirmi otel (1748 yatak kapasiteli) bulunmaktadır. Bu otellerden dördü apart (213 yatak kapasiteli) ve ikisi de butik otel (112 yatak kapasiteli) özelliğindedir. Ayrıca bölgede, bir tatil köyü (200 yatak kapasiteli), sekiz motel (toplam 331 yatak kapasiteli) ve on üç pansiyon (112 yatak

* Çalışma kapsamında, Altınoluk Belediyesi'nde görevli halkla ilişkiler uzmanı İlknur URKUN ile bölgenin planlanması, turizmi ve çevresel özellikleri konusunda görüşmeler yapılarak bölgeyle ilgili ayrıntılı bilgiler elde edilmiştir. Elde edilen bu bilgilere çalışmanın üçüncü bölümünde yer verilmiştir.

kapasiteli) da turizme hizmet vermektedir. Dolayısıyla bölgedeki turistik tesisler toplam 2391 yatak kapasitesine sahiptir. Oteller genelde tam pansiyon olarak hizmet vermektedir. Otellerde konaklayan turistler bölgeye daha çok İstanbul, Ankara, Almanya, İsviçre ve Fransa'dan gelmektedir. Edinilen bilgiler ışığında otellerin doluluk oranları -birbirinden farklı olmakla birlikte-, yaz aylarında ortalama % 70 - % 100 arasında değişmektedir. Bölgedeki otellerin yalnız birkaçı on iki ay hizmet vermektedir. Bu otellerin yaz ayları dışındaki doluluk oranları ise % 30 - % 60 arasındadır. Bunun dışında bölgede, iki seyahat acentesi bulunmaktadır (*Urkun). Bu seyahat acenteleri, cip safari turu ve yakın çevredeki diğer turistik merkezlere tur düzenleme, Akçay ve Ayvalık'taki yat turlara yönelik bilet satışı ve uçak bileti satışı gibi hizmetleri turistlere sunmaktadır. Altınoluk'tan seyahat acenteleri yoluyla, bölgedeki ve çevredeki önemli turistik alanlara turlar düzenlenmektedir. Bu turlardan bazıları, Kaz Dağı Sarıkız turu, şelaleler turu, cip safari, Bozcaada/Gökçeada turları, Ayvalık/Cunda turu, Assos turu, Çanakkale şehitlik turu, Midilli Adası turudur.

Altınoluk'ta görülmesi gereken birçok doğal çekicilik unsuru mevcuttur. Altınoluk'un önemli alanlarından biri, Şahin Dere Kanyonu'dur. Altınoluk sınırları içinde yer alan bu kanyon % 55'lik oksijen yoğunluk oranıyla dünyada Alpler'den sonra ikinci sıradadır. Bölgenin havasını değiştiren kanyon, dağlardan çam kokulu havayı ovaya, denizden de iyot kokulu havayı dağlara dağıtarak adeta bir baca görevi görmektedir. Kanyon 27 kilometre uzunluğunda ve 600 metre yüksekliğindedir. Çevresi şifalı bitkilerle çevrili kanyona girebilmek için orman işletme müdürlüğünden izin alınması gerekmektedir. Bölgeyi rehbersiz gezmek pek tavsiye edilmemektedir. 25 kilometrelik bozuk yol, daha çok cip türü araçlarla geçişe uygundur (www.altinolukbelgesi.com).

Bölge, bol oksijenli havası ve güzel doğası ile yürüyüş yapmaya son derece uygundur. Kaz Dağı'na yürüyüş için iki güzergâh vardır. Kısa olan güzergâh yaklaşık 17 kilometredir ve altı saat kadar sürmektedir. Daha az eğimli traktör yolundan çıkış ise 27 kilometredir ve sekiz saat kadar sürmektedir. Konaklamalı yürüyüş için gerekli ekipmanların bulundurulması gerekir. Yürüyüşte Sarıkız ve

babasının türbeleri, Kaz avlusu, antik duvar kalıntıları ve çeşmeler görülmektedir. Bölgede başka birçok yürüyüş güzergâhı da vardır. Şahin Dere ve Manastır Deresi'ne doğru yapılan yürüyüşte doğal maden suyu kaynakları, mağaralar görülmektedir. Hasan Boğuldu'ya doğru olan yolda ise dağın dibinden kaynaklayan Pınarbaşı Deresi ve on yedi metreden düşen Sütüven Şelalesi ile çevresindeki küçük gölcükler görülebilmektedir (www.altinoluksahintepesi.com).

Subaşı, Altınoluk'un 3 kilometre batısında Doyran Köyü'ne çıkan yolun beş yüz metre sağında, şehir içme kullanma suyunun sağlandığı kaynağın başıdır. Asırlık çınar ve ceviz ağaçlarının gölgelediği Subaşı'nda çağlayan suyunun serinliğinde dinlenmek için çay bahçeleri mevcuttur (www.altinoluksahintepesi.com).

Mıhlı Çayı, Balıkesir-Çanakkale il sınırındadır. Altınoluk-Küçükkuyu istikametinde Altınoluk'a beş kilometre uzaklıktadır. Mıhlı Çayı'ndan iç kısımlara doğru gidildiğinde Baş değirmen mevkiî gelir. Baş Değirmen Köprüsü, Roma mimarisi ile yapılmış olup, eski zamanlarda Truva'ya giden tek ulaşım yolunun üzerindedir. Bugün ise yöredeki zeytinliklere ve doğa yürüyüşü yapanlara yol vermektedir. Bu alanda ayrıca küçük göletler ve şelaleler bulunmaktadır. Altınoluk'un çevresinde gezilmesi gereken birçok turistik alan bulunmaktadır. Bunlardan bazıları, Akçay, Güre, Zeytinli beldeleri, Güre Gelinçamı piknik alanı, Pınarbaşı piknik alanı, Zeytinli piknik alanı, Sütüven Çağlayanı, Kızılkeçili Çağlayanı, Çamlıbel-Şarlak piknik alanı, Kavlaklar piknik alanıdır (www.balikesirkulturturizm.gov.tr).

3.6.1.6. Altınoluk'la İlgili SWOT Analizi

Turistik bir ürün olarak Altınoluk'un mevcut durumunu belirlemek için bölgenin güçlü ve zayıf yanlarıyla bölgeyle ilgili fırsat ve tehditleri içeren SWOT analizinin yapılması uygun görülmüştür. Bu analizdeki bilgiler, Altınoluk belediyesi halkla ilişkiler biriminin katkılarıyla yapılmıştır (*Urkun). Buna göre Altınoluk'un güçlü yönleri şunlardır:

- Altınoluk am Mahallesi kentsel sit alanı ve tescilli yapılar,
- Antandros Antik Kenti ve bu kentin mitolojideki yeri,
- İsviçre Alpleri'nden sonra dünyada oksijen oranı en yüksek ikinci bölge olması,
- Kazdağı Milli Parkı ve çevresindeki doğal güzellikler, su kaynakları, akarsu ve göletler,
- Lisanslı avcılık faaliyetleri,
- Pansiyonculuk faaliyetlerine yönlendirilebilecek yapı stokunun bulunması,
- Kent konseyi ve belediye meclisinin turizm konusunda duyarlılığı,
- Mavi bayraklı sahillerin (2009 yılında, bölgedeki beş plaj mavi bayrak almıştır) varlığı.

Altınoluk'un zayıf yönleri ise Şunlardır:

- Turistik tesislerin yatak kapasitelerinin yetersiz olması,
- Temmuz ve ağustos aylarıyla kısıtlı turizm sezonu,
- Yabancı ziyaretçi sayısının azlığı,
- Merkezi turizm teşviklerinden yararlanamama,
- Uluslararası ve Şehirlerarası deniz ulaşımının olmaması, hava yolu ulaşımının yetersiz olması,
- Belediye gelirlerinin yetersiz olması nedeniyle, turizm yatırımlarına ve tanıtıma yeterli fon ayıramaması,
- Astım hastanesinin yasal sorunlar nedeniyle hizmete girememiŐ olması,
- Kent içinde büyük çaplı rekreasyon alanı eksikliği,
- Trafik yoğunluğuna bağlı hava kirliliği ve dolayısıyla oksijen oranında azalma,
- İkinci konut yapılaşma talebinin fazla olması ile doğal dokunun zarar görmesi ve yoğunluğun artması,
- Turizm bilgilendirme bürosunun bulunmaması.

Altınoluk ile ilgili fırsatlar şunlardır:

- Edremit Körfez Havaalanı'nın uluslararası kullanıma açılması,
- Termal kaynakların kullanımı yönünde girişimler,
- Yunanistan'ın Midilli Adası'na deniz yolu ile yakınlık, Midilli ile kardeş şehir olunması,
- Belediyenin Tarihi Kentler Birliği'ne üye olması,
- Kaz Dağları'nda avcılık ve doğa yürüyüşü başta olmak üzere diğer doğa sporlarının geliştirilmesi.
- Koruma amaçlı imar planının mevcut olması ve kentsel sit alanı içindeki tarihi yapıların envanter ve röleve çalışmaları ile restorasyon projelerinin birçoğunun hazır olması.

Röleve, bir yapının kent dokusunun veya arkeolojik kalıntının yakından incelenmesi, belgelenmesi, mimarlık tarihi açısından değerlendirilmesi ve restorasyon projeleri hazırlanabilmesi için, binanın iç ve dış mimarisine, özgün dekorasyonuna ve taşıyıcı sistemi ile yapı malzemelerine ait mevcut durumunun ölçekli çizimlerle anlatımıdır (www.insaatmuhendisligi.net).

Altınoluk ile ilgili tehditler ise şunlardır:

- İzmir-Çanakkale kara yolu üzerinde olması nedeniyle trafik artışı, sahil şeridinde yaya ulaşımının zorlaşması ve sahil şeridinin daralması,
- Altın arama ve işleme çalışmalarının çevreye etkileri,
- Sel, fırtına, deprem gibi doğal afetlere yönelik büyük çaplı hazırlıkların yapılmamış olması.

3.6.1.7. Altınoluk'la İlgili Mevcut Sorunlar

Bölgenin genel olarak ve turizm anlamında gelişimine paralel olarak birtakım sorunları ortaya çıkmaktadır. Bunlardan bazıları, atık su sorunu, taşkınlar, zeytin

ağaçlarının kesilmesi, altın/gümüş arama ve işleme çalışmaları, ulaşım, trafik ve park sorunu, ödenek yetersizliğiyle ilgili konulardır (*Urkun).

Atık su: Edremit Körfezi'ndeki bazı zeytinyağı fabrikaları üretim sonrası yeterince arıtılmayan "karasu" adı verilen atık suyu, bölgedeki derelere bırakmaktadır. Bazı fabrikaların atık suları kanalizasyon sistemine bağlanarak arıtma tesislerine aktarılabilmektedir. Ancak karasuyu arıtmak çok zor olduğundan arıtma işlemi istenilen düzeyde yapılamamaktadır. Altınoluk'ta önceleri yaşanan bu sorunun ortadan kaldırılması yönünde epey ilerleme kaydedilmiştir. Altınoluk'taki fabrikalar karasu atıklarını özel havuzlarda depolamaktadır. Bu konuda denetimler düzenli olarak yapılmaktadır.

Taşkınlar: Bölgedeki dere ve çaylar, sonbahar ve kış aylarında aşırı yağışlar nedeniyle taşkınlara sebep olmaktadır. Bölgenin coğrafi yapısı nedeniyle yağmur suları dağdan doğrudan doğruya aşağıya akmaktadır. Aşırı yağışlar sonucu yaşanan taşkınlar, yollara, köprülere, binalara ve ekili/dikili alanlara zarar vermektedir. Altınoluk'ta en son 2001 yılı aralık ayındaki aşırı yağışlar ve bu yağışların Kaz Dağı'ndaki karları eritmesi sonucu Şahin Dere Köprüsü yıkılmış, Çanakkale-İzmir kara yolu belirli bir süreyle trafiğe kapanmıştır (<http://arsiv.ntvmsnbc.com>). Konuyla ilgili dağ eteklerine setlerin yapılması bir önlem olarak düşünülebilir. Ayrıca, dere yataklarının düzenlenmesi genişletilmesi gibi çalışmaların da bu sorunun çözülmesine katkıda bulunabileceği söylenebilir.

Zeytin ağaçlarının kesilmesi: Bölgede yazlıkların ve turistik tesislerin yapılması için bugüne kadar sayısı ne yazık ki yüz binlerle ifade edilen zeytin ağacı kesilmiştir. Ekonomik değeri son derece önemli olan zeytin ağaçlarının kesimi, bölge halkını derinden etkilemektedir. Altınoluk'ta, bu yanlışlığın önüne geçilmesi için, son yıllarda zeytin ağaçlarının kesilmeyip yerinin değiştirilmesi uygulaması başlatılmıştır. Yani yazlık, tesis, veya bina yapılacak alanlarda zeytin ağaçları varsa, bunlar oradan sökülüp uygun başka bir alana dikilmektedir (*Urkun).

Altın/gümüş arama ve işleme çalışmaları: Bütün güzelliklerinin yanında Kaz Dağları ile ilgili çok büyük bir tehlike söz konusudur. Kaz Dağları'nda ve Madra Dağı'nda altın ve gümüş arama çalışmaları bazı maden işletmeleri tarafından tamamlanmıştır. Bu arama çalışmalarında su ve bentonit (bir tür kil) kullanılmaktadır. Bölgede altın ve gümüşün işlenmesi çalışmaları için siyanür kullanılmak istenmektedir. Bu duruma bölgede yaşayan halk başta olmak üzere birçok kesimden tepkiler gelmektedir. İşletme aşamasına geçilmemesi için GÜMÇED'in (Güney Marmara Çevre ve Koruma Derneği) öncülüğünde çevreciler, bölge halkı ve turistler büyük mücadele vermişlerdir. İlgili makamlara yapılan başvuruların sonucu olarak, Anayasa Mahkemesi ve Danıştay'ın konuyla ilgili yasaları iptal etmesi sağlanmıştır. Dolayısıyla, çevreyi korumaya yönelik bu çalışmalar şu an için başarılı olmuştur. Bölgedeki yetkiler, madencilerin konuyla ilgili ısrar ve isteklerin devam ettiğini söylemektedir (*Öznel).

Altın işleme çalışmalarında siyanür kullanmanın doğaya birçok zararı vardır. Dünya örneklerinde ve ülkemizde (Bergama-Ovacık ile Uşak-Eşme/Kışladağ) görüldüğü gibi madencilik faaliyetlerinde, bir yandan milyonlarca ton siyanürlü çamur atıklarının depolandığı dev atık barajları -birinci derece deprem bölgesinde yer almakta- yaşamsal riskleri beraberinde getirmekte, diğer yandan açılan bir kilometre çapında, dört yüz metre derinlikte dev cehennem çukurları oluşmaktadır. Yerin altını üstüne çevirerek, ekolojik dengeyi onarılamaz şekilde bozacak işlemler sırasında yüz binlerce ağaç kesilecek, çıkacak toz bulutlarından tüm bitki örtüsü olumsuz etkilenecektir. Tüm bunların yanı sıra, özellikle siyanürlü altın madenciliğinde aşırı su tüketilmektedir. Küresel ısınmanın etkisiyle, kuraklık ve çölleşme tehlikesi yaşayan dünyamızda, en önemli değer sudur. Edremit Körfezi'nin ve Çanakkale'nin su kaynağı durumundaki Kaz Dağları'ndaki bu madencilik faaliyetleri sonucu, siyanürlü atıklar, tozların uçuşması, ağır metallerin harekete geçmesi gibi faktörlerle su kaynaklarımız bozulma ve yok olma tehlikesiyle karşı karşıyadır (*Öznel).

Ulaşım, trafik ve park sorunu: Bu sorununun temelinde yaz aylarında aşırı artan bölge nüfusu ve bölgeden geçen kara yolu yer almaktadır. Kışın on altı bin olan

bölge nüfusu, yazın 250.000-300.000'lere kadar çıkmaktadır. Dolayısıyla bölgede kalabalığın neden olduğu trafik sıkışıklıkları ve zaman zaman park sorunları yaşanmaktadır. Özellikle yaz aylarındaki aşırı kalabalık, beraberinde trafik ve park sorununu da getirmektedir. Bölgedeki araç sayısındaki artış, araçların park edilmesi için yer konusunda sorunlara neden olmaktadır. Özellikle hafta sonlarında, bölgeye günübirlikçilerin ve hafta sonu tatili için gelenlerin, bölgenin nüfusunu biraz daha arttırdığı belirlenmiştir. Cumartesi günü Altınoluk'un merkezinde kurulan köylü pazarına olan yoğun ilgi, trafik ve park sorununun daha da ciddi boyutlara ulaşmasına neden olmaktadır. Bunun dışında bölgeye olan ulaşımı kolaylaştırmasına rağmen, belediyenin yetkisi dışında olduğu için yeterince müdahale edemediği kara yolu hem araç hem de yaya trafiğini olumsuz yönde etkilemektedir. Sorunların çözümü için belediye tarafından, kavşak, refüj, kaldırım, alt geçit gibi çalışmaların hızlandırılması için girişimlerde bulunmaktadır. Bunun dışında ulaşım ile ilgili diğer sorun, yol kaplamaları ve açılmamış imar yollarıyla ilgilidir. Bu konularla ilgili çalışmalar da belediye tarafından başlatılmış ve beldede geniş çaplı bir iyileştirme yapılmıştır. Ara yollara asfaltlı mucur, ana yollarda ise kilit taşı döşenmesiyle ilgili belediye çalışmaları devam etmektedir (*Urkun).

Belediyelerin ödenek yetersizliği: Bölgedeki belediyeler, kış aylarındaki yapılan nüfus sayımına göre ödenek almaktadır. Bölgenin nüfusunda yaz aylarında yaşanan aşırı artışlar, bu ödeneklerin yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Bu durum da belediye hizmetlerinde aksamalara yol açabilmektedir. Belediye gelirlerini arttırıcı çalışmalara ağırlık verilmesi örneğin, iller bankası paylarının nüfus yerine konut sayısına göre verilmesi bu soruna bir çözüm yolu önerisi olarak verilebilir.

Bu konuların dışında Altınoluk'ta özellikle turizm gelişmesi yönündeki mevcut sorunlar ve yetersizlikler şu başlıklar altında sıralanabilir:

- Yazlıkların, yılın büyük bir bölümünde boş kalması,
- Temmuz ve ağustos aylarıyla kısıtlı turizm sezonu,
- Yabancı ziyaretçi sayısının azlığı,
- Merkezi turizm teşviklerinden yararlanamama,

- Uluslararası ve şehirlerarası deniz ulaşımının olmaması, hava yolu ulaşımının yetersiz olması,
- Kaz Dağları'ndaki su kaynaklarının endişe verici bir kirlenme tehdidiyle karşı karşıya (aşırı kalabalık ve altın arama çalışmalarının da etkisiyle) kalması.

3.6.1.8. Altınoluk'la İlgili Planlama Çalışmaları

Altınoluk'ta imar hareketleri 1989 yılına kadar, 1982 yılı onaylı Edremit Körfezi kıyı kesimi çevre düzeni planına göre yapılmıştır. 1989 yılında, imar uygulamalarının daha düzenli hale getirilmesi amacıyla yeni bir nazım imar planı yapılmıştır. Daha sonraki uygulamalar da bu imar planına göre yapılmıştır. 1996 yılında, Bayındırlık Bakanlığı'nın yaptığı bir değişiklikle 2500 hektarı kapsayan bu imar planına 220 hektarlık bir alan ilave edilmiştir (*Öznel).

Bölgenin planlamasıyla ilgili üzerinde durulması gereken konu başlıkları şunlardır (İrtem ve Karaman, 2004: 11-12):

- Koruma politikalarının belirlenmesi,
- Su havzası koruma çalışmaları,
- İkinci konut yönetimi,
- Tarihi eserlerin korunması ile ilgili çalışmalar,
- Atık su, katı atık ve endüstriyel kirliliği önleme yönetimi,
- Trafik ve ulaşım durumu.

Altınoluk'un bölge planlaması ve turizm planlamasıyla ilgili hedefleri ise şu şekilde sıralanabilir:

- Turizm yatırımlarının ve gelirlerinin artırılması,
- Turizm sezonunun uzatılması,
- Yabancı turistlerin bölgeyi ziyaret etmesinin sağlanması,
- Doğal çevrenin zarar görmemesi, aksine geliştirilmesi ve güzelleştirilmesi,
- Alternatif turizm çeşitlerinin yaygınlaştırılması.

Bu hedeflerin gerçekleştirilmesi ve bunlarla bağlantılı mevcut sorunların çözülmesi halinde, bölgenin turistik değerinin hızla artacağı düşünülmektedir.

Altınoluk Belediyesi'nin, çevre ve temizlik, turizm ve tanıtım, tarih, kültür ve sanat, sağlık ve spor hizmetleriyle ilgili bölgede gerçekleştirilmesini planladığı somut projeler ve çalışmalar şu şekilde sıralanabilir (www.altinoluk.bel.tr):

Çevre ve temizlik hizmetleri kapsamında yapılması planlanan en önemli çalışma, Kaz Dağları'nda ve Madra Dağı'nda siyanürle altın arama çalışmalarının engellenmesi konusunda gerekli örgütlenmenin gerçekleştirilmesidir. Bu konuda bölge halkının desteği de son derece önemlidir. Bölgede bunun dışında kötü durumdaki derelerin ıslah edilerek piknik alanı haline getirilmesi, çevre belediyelerle iş birliğine gidilerek katı atık çöp fabrikasının kurulması, arıtmadan çıkan suyun uygulanacak bir proje yardımıyla zeytinliklerin sulanmasında kullanılması ve dereler üzerindeki ulaşımı kolaylaştırmak için dört adet köprü yapılması planlanmaktadır.

Turizm ve tanıtma hizmetleri kapsamında, daha önce kurulduğu alan nedeniyle kaldırılan turizm danışma bürosunun, beldenin uygun bir yerine yeniden kurulması planlanmaktadır. Ayrıca, Altınoluk'un daha iyi tanıtımı için başta dizi ve film yapımcılarına gereken destek ve olanakların sağlanması olmak üzere her türlü tanıtma faaliyetine önem verilmesi de planlanmaktadır. Beldeye beş yıldızlı bir otel yapımı da düşünülmektedir. Ayrıca, bölgede termal su arama çalışmalarına devam edilmesi de planlanmaktadır.

Tarih, kültür ve sanat hizmetleri kapsamında, her yıl düzenlenen "Antandros Yaşama Saygı Kültür ve Sanat Festivali"ne uluslararası boyut kazandırılmasıyla ilgili çalışmaların yapılması planlanmaktadır. Ayrıca, Altınoluk'ta çok amaçlı bir müze kurulması da düşünülmektedir. Restorasyonu yapılması düşünülen binaların turizmin hizmetine sunulması da planlanmaktadır. Bunun dışında, Şahin Dere kenarında bir eğlence merkezi kurulması planlanmaktadır. Ayrıca, Antandros kazı çalışmalarına verilen destek ve Antandros'un tanıtımı yönünde ilk adımların atıldığı Aeneas

gemisinin tekrar inşa edilmesi ve İtalya yolculuğunun yeniden canlandırılması çalışmalarının da devam ettirilmesi gerekmektedir. Kentsel sit alanı içinde restorasyon ve sokak sağlıklılaştırma çalışmalarının da devam ettirilmesi düşünülmektedir.

Sokak sağlıklılaştırma çalışmalarıyla Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu kapsamında belirlenen kentsel sit alanları ve koruma alanlarında, taşınmaz kültür varlıklarının sokağa bakan cepheleri ile birlikte avlu duvarları, çeşme gibi mimari elemanların özgün sokak dokusu ve kentsel mobilya ile birlikte korunması, sağlıklılaştırılarak yaşatılması ve çağdaş yaşama katılmasının sağlanması amaçlanmaktadır. Ayrıca sokak dokusunu tanımlayan tüm öğelerin korunması ve belgelenmesine yönelik röleve, restorasyon, kentsel tasarım projeleri ile mühendislik dallarında yapılması gereken her türlü projenin elde edilmesi de sokak sağlıklılaştırma çalışmaları kapsamındadır (www.kultur.gov.tr).

Sağlık ve spor hizmetleri kapsamında, astım hastanesi rehabilitasyon merkezinin, girişimci firmanın durumuna da bağlı olarak, yasal kurallar çerçevesinde gerekirse belediye tarafından işletilmesi planlanmaktadır. Ayrıca, geniş kapsamlı iki sağlık evi açılması, Şahin Deresi'nin iki yanına koşu ve yürüyüş parkurlarının yapılarak rekreasyon alanı projesinin gerçekleştirilmesi, yeni yerleşim merkezlerine otuz adet park yapılarak bu parklardan beşinin spor araç-gereçleriyle donatılması ve iki bin kişilik kapalı spor salonunun yapılması da belediye tarafından planlanmaktadır.

Bölgede yapılması planlanan diğer çalışmalar ise şunlardır (*Urkun):

- Yazlıklarla ilgili şu anda gündemde olan bir çalışma olmamasına rağmen, ileriki zamanlarda yazlıkların ev pansiyonculuğuna açılması yönünde çalışmalar düşünülmektedir.

- Tarihi eserlerin korunması konusunda bugüne kadarki girişimler pek başarılı olamamış ve bakanlığa belediye tarafından yapılan başvurular sonuçsuz kalmıştır.

Önümüzdeki dönemde restorasyon çalışmaları ve sokak sağlıklılaştırma çalışmaları için farklı kaynak ve fonlar araştırılarak kırka yakın tescilli bina ve kentsel sit dokusunun etkin şekilde korunması planlanmaktadır. Bunlardan öncelikli olanlar ise, projeleri hazır bulunan hamam, İbrahim Erdim zeytinyağı fabrikası ve Sıra Odalar Sokak düzenlemeleridir.

- Şu anda tam kapasiteyle çalışmakta olan arıtma tesisinin kapasite arttırma ve ek tesis hazırlıkları yapılmaktadır. Katı atık tesisinin iyileştirme çalışmaları için de girişimlerde bulunmaktadır.

Bölgeyle ilgili altyapı düzenlemeleri ise şu şekilde ifade edilmektedir (*Urkun):

- Deniz ve akarsuların temizliği sağlayan arıtma tesisi,
- Kent içi ulaşımı kolaylaştırarak mekânsal kaliteyi arttıran yol çalışmaları,
- Kentsel sit alanı içinde yakın zamanda tamamlanmış yol döşemesi ve kent meydanının düzenlenmesi çalışmaları,
- Park alanı olarak tahsis edilmiş alanlarda yapılan ve yapılacak yeşil alan düzenlemeleri,
- Şahin Dere boyunca ve sahilde yapılacak çevre düzenleme çalışmaları.

Altınoluk'u daha çağdaş bir belde haline getirme çalışmaları kapsamında, mevcut biyolojik atık su arıtma tesisinin günlük 12.000 metreküp olan kapasitesi yaz aylarının da yoğunluğu göz önüne alınarak günlük 16.000 metreküpe (80.000 kişi kapasiteli) çıkaran dördüncü havuz yapımı tamamlanmıştır. Ayrıca belediye tarafından koku giderme istasyonu (kimyasal püskürtme yoluyla arıtma tesisinden yayılan kötü kokuların önüne geçilmesi amacını taşıyan) kurulması yönündeki çalışmalar da tamamlanmıştır (www.altinoluk.bel.tr).

İlçe sağlık kurumları tarafından yapılan düzenli denetimler sonucu Altınoluk'ta akarsu ve denize kanalizasyon sularının karışmadığı, yüzme suyundan alınan numunelere göre ise denize girilmesinde hiçbir sakınca olmadığı belirlenmiştir.

3.6.2. Demografik Değişkenlere Ait Bulgular

Araştırmanın demografik değişkenlerine ait tanımayıcı istatistikler aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir.

Tablo 8: Katılımcıların geldikleri illere/ülkelere göre dağılımı

İL/ÜLKE	Frekans	Yüzde	İL/ÜLKE	Frekans	Yüzde
Ankara	8	2,6	Kütahya	3	1,0
Balıkesir	120	39,6	Kars	1	0,3
İstanbul	87	28,7	Bulgaristan	1	0,3
Batman	1	0,3	Tekirdağ	7	2,3
Fransa	1	0,3	Rize	1	0,3
Bursa	13	4,3	Kocaeli	14	4,6
Almanya	7	2,3	Giresun	2	0,7
Hollanda	1	0,3	KKTC	2	0,7
Amerika	1	0,3	Malatya	2	0,7
İzmir	15	5,0	Çanakkale	2	0,7
İngiltere	5	1,7	Elazığ	1	0,3
Eskişehir	5	1,7	Antalya	1	0,3
Erzincan	2	0,7	Toplam	303	100,0

Tablo 8’de, Altınoluk’a gelen turistlerin geldikleri iller ve ülkeler gösterilmektedir. Bakanlığın istatistiki verilerindeki değişikliğin ardından, yurt dışından gelen Türk vatandaşları da yerli turist kapsamında değerlendirilmeye başlanmıştır. Buna göre bölgeye gelenlerin % 39,6’sı Balıkesir (merkez ve ilçelerinden), % 28,7’si ise İstanbul’dan gelmektedir. Yani tabloya göre, Altınoluk’a gelenlerin % 68,3’ü Balıkesir ve İstanbul’dan gelmektedir. Bunun dışında bölgeye toplam 24 farklı il ve ülkeden turistlerin geldiği belirlenmiştir.

Tablo 9: Katılımcıların yaşlarına göre dağılımı

YAŞ	Frekans	Yüzde
25 yaş ve altı	41	13,5
25-34 yaş arası	89	29,4
35-44 yaş arası	51	16,8
45-54 yaş arası	58	19,1
55-64 yaş arası	43	14,2
65 yaş ve üstü	21	6,9
Toplam	303	100,0

Tablo 9’da, bölgeye, gelenlerin yaş düzeyleri gösterilmektedir. Buna göre anketin uygulandığı turistlerin % 29,4’ü 25-34 yaş arası bireylerdir. Bunun dışında bölgeye gelen turistlerin yaşlarında çok belirgin bir dağılım görülmemektedir.

Tablo 10: Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı

CİNSİYET	Frekans	Yüzde
Kadın	161	53,1
Erkek	142	46,9
Toplam	303	100,0

Tablo 10, bölgeye gelen turistlerin cinsiyetlerine göre dağılımlarını göstermektedir. Buna göre, anketin uygulandığı kişilerin % 53,1 kadın, % 46,9’u ise erkektir.

Tablo 11: Katılımcıların mesleklerine göre dağılımı

MESLEK	Frekans	Yüzde
Memur	54	17,8
Emekli	74	24,4
İşçi	7	2,3
Serbest meslek	25	8,3
Özel sektör	77	25,4
Öğrenci	25	8,3
Çalışmıyor	41	13,5
Toplam	303	100,0

Tablo11’de, anketin uygulandığı turistlerin meslekleri belirtilmektedir. Buna göre turistlerin % 25,4’ü özel sektörde çalışmakta, % 24,4’ü ise emeklidir.

Tablo 12: Katılımcıların eğitim durumlarına göre dağılımı

EĞİTİM	Frekans	Yüzde
İlköğretim	37	12,2
Lise	89	29,4
Üniversite	162	53,5
Yüksek lisans	12	4,0
Doktora	3	1,0
Toplam	303	100,0

Tablo 12’de, anketin uygulandığı turistlerin eğitim durumlarını gösterilmektedir. Buna göre turistlerin % 53,5’i üniversite mezunudur.

Tablo 13: Katılımcıların aylık ortalama gelirlerine göre dağılımı

GELİR	Frekans	Yüzde
Gelirim yok	51	16,8
1-1000 TL	54	17,8
1001-2000 TL	120	39,6
2001-3000 TL	45	14,9
3001 TL ve üstü	33	10,9
Toplam	303	100,0

Tablo 13’de, anketin uygulandığı turistlerin gelir düzeyleri gösterilmektedir. Buna göre turistlerin % 39’unun aylık gelirleri 1001-2000 TL arasındadır. Ankete katılan turistlerin % 74,2’sinin aylık geliri 0-2000 TL arasındadır. Yani bölgeye gelenlerin yaklaşık dörtte üçünün orta düzey gelir grubuna dahil olduğu söylenebilmektedir.

Tablo 14: Katılımcıların tatile kiminle çıktıklarına göre dağılımı

TATİLE KİMİNLE ÇIKILDIĞI	Frekans	Yüzde
Yalnız	18	5,9
Ailemle	244	80,6
Çocuklarımla	11	3,6
Arkadaşlarımla	29	9,6
Diğer	1	0,3
Toplam	303	100,0

Tablo 14’de, anketin uygulandığı turistlerin tatile kiminle çıktığı (bölgeye kiminle geldiği) gösterilmektedir. Buna göre ankete katılanların büyük çoğunluğu (% 80,6) bölgeye aileleriyle birlikte gelmiştir.

Tablo 15: Katılımcıların konaklama tercihlerine göre dağılımı

KONAKLAMA TERCİHİ	Frekans	Yüzde
Otel/Motel	23	7,6
Pansiyon	11	3,6
Kamping	13	4,3
Yazlık kiralama	63	20,8
Kendi yazlığım	159	52,5
Akraba/Arkadaş yanı	29	9,6
Diğer	1	0,3
Toplam	299	98,7
Kayıp değer	4	1,3
Toplam	303	100,0

Tablo 15’te, anketin uygulandığı turistlerin tatilleri sırasında nerede konakladıkları gösterilmektedir. Buna göre, ankete katılanların yarısından fazlası (% 52,5), bölgeye geldiklerinde kendi yazlıklarında kalmaktadır. Bölgeye gelerek yazlık kiralama yoluyla bölgede konaklama da son derece yaygın bir durumdur. Genellikle tatillerini her sene Altınoluk’ta geçiren turistler, kalacakları süre kadar dayalı döşeli bir yazlık kiralayabilmektedir. Bölgede iki-üç aydan daha fazla kalan turistler, maliyet açısından daha uygun olması, yılın belli dönemlerinde tekrar bölgeye gelebilme durumu, komşuluk ilişkileri gibi nedenlerden dolayı yazlıkları yıllık olarak da kiralayabilmektedir. Toplamda bölgeye gelenlerin % 73,3’ü yazlıklarda kalmaktadır. Tablo dikkatle incelendiğinde, ankete katılanların yalnız % 7,6’sının otel/motellerde kaldığı görülmektedir.

Tablo 16: Katılımcıların bölgeye geliş şekillerine göre dağılımı

BÖLGEYE GELİŞ	Frekans	Yüzde
Seyahat acentesi	3	1,0
Bağımsız	300	99,0
Toplam	303	100,0

Tablo 16’da, anketin uygulandığı turistlerin bölgeye geliş şekilleri belirtilmiştir. Buna göre, Altınoluk’a gelenlerin neredeyse tamamı, bölgeye kendi başlarına yani herhangi bir aracı işletme kullanmadan gelmektedir. Bunda, bölgeye gelenlerin yaklaşık % 40’ının Balıkesir’den gelmesi ve konaklama tercihinin çoğunlukla yazlık olması önemli bir etkidir. Ayrıca bölgeye gelenlerin Altınoluk’a kaçınıcı kez geldiğiyle ilgili tabloya (Tablo 18) da bakıldığında, turistlerin % 77,2’sinin bölgeye yedi kereden fazla geldiği görölmektedir. Dolayısıyla bu turistler, bölgeyi bilen, konaklama durumunu kendisi ayarlamış bireyler olarak düşünölmektedir.

Tablo 17: Katılımcıların bölgeye geliş amaçlarına göre dağılımı

GELİŞ AMACI	Frekans	Yüzde
Tatil	250	82,5
İş	2	0,7
Sağlık	27	8,9
Doğal/Költürel çekicilikler	18	5,9
Diğer	6	2,0
Toplam	303	100,0

Tablo 17’de, anketin uygulandığı turistlerin bölgeye geliş amacı belirtilmektedir. Buna göre, bölgeye gelenlerin % 82,5’i bölgeye tatil amacıyla gelmiştir. Bunun dışında, bölgeye sağlık kazanmak/sağlıklı yaşam için gelenlerin oranı % 8,9’dur.

Tablo 18: Katılımcıların bölgeye kaçınıcı defa gelişlerine göre dağılımı

KAÇINCI GELİŞ	Frekans	Yüzde
1-3 kez	46	15,2
4-6 kez	22	7,3
7 kez ve üstü	234	77,2
Toplam	302	99,7
Kayıp değer	1	0,3
Toplam	303	100,0

Tablo 18’de, anketin uygulandığı turistlerin bölgeye kaçınıcı kez geldikleri gösterilmektedir. Buna göre, bölgeye gelenlerin % 77,2’si bölgeye yedinci veya daha fazla kez gelmiştir. Bunun sebebi, bölgeye gelenlerin yarıdan fazlasının bölgede kendilerine ait yazlıklarının olmasıdır. Dolayısıyla bu insanlar her yıl belirli zaman dilimlerinde bölgeye gelmektedir.

Tablo 19: Katılımcıların bölgeyi tercih etmelerinde bölgenin hangi özelliklerinin etkili olduğuna göre dağılımı

BÖLGENİN ÖZELLİKLERİ	Frekans	En düşük	En yüksek	Anlamlılık düzeyi	Standart sapma
Havası ve suyu	302	1,00	5,00	1,7185	0,91331
Deniz-güneş-kum	302	1,00	5,00	1,9536	0,92824
Diğer	11	1,00	5,00	2,0909	1,57826
Ulaşım kolaylığı	302	1,00	5,00	3,5099	1,14333
Tarihi ve kültürel yapısı	302	1,00	6,00	3,8411	1,06339
Maliyeti	302	1,00	6,00	4,0960	1,07866

Tablo 19’da, ankete katılanların Altınoluk’u tercih etmesinde, bölgenin hangi özelliklerinin etkili olduğu belirtilmiştir. Buna göre, katılımcılar en çok Altınoluk’un havası ve suyu için bölgeyi tercih etmişlerdir. Bölgenin oksijen çadırı olarak bilinmesinin, katılımcıların bölgeyi tercih etmelerinde etkili olduğu söylenebilir. Katılımcıların Altınoluk’u tercih etmesinde bölgenin denizi-güneş-kum üçlüsü, ikinci sırada etkili olmuştur. Daha sonra sırasıyla, bölgeye ulaşım kolaylığı, bölgenin tarihi ve kültürel yapısı ve bölgede tatilin maliyeti gibi özellikler önem kazanmaktadır. Tabloda diğer özellikler seçeneğini işaretleyen katılımcılar, arkadaşlık/komşuluk ilişkileri, alışkanlıklar gibi özelliklerin bölgeyi tercih etmelerinde etkili olduğunu belirtmiştir.

Tablo 20: Katılımcıların bölgede hangi etkinliklere katıldıklarına göre dağılımı

	KAMP		YÖRESEL YEMEKLER		KAZDAĞI MİLLİ PARKI	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Katılan	31	10,2	105	34,7	144	47,5
Kayıp değer	272	89,8	198	65,3	159	52,5
Toplam	303	100,0	303	100,0	303	100,0
	KÜLTÜREL VE TARİHİ YERLER		DOĞADA SPORTİF ETKİNLİKLER		KÜLTÜREL ETKİNLİKLER	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Katılan	176	58,1	101	33,3	177	58,4
Kayıp değer	127	41,9	202	66,7	126	41,6
Toplam	303	100,0	303	100,0	303	100,0

Tablo 20, ankete katılan turistlerin bölgedeki hangi etkinliklere katıldıkları veya katılmayı düşündükleriyle ilgilidir. Buna göre, ankete katılanların daha çok kültürel etkinliklere katılma (konser, festival gibi), kültürel ve tarihi yerleri görme, Kazdağı Milli Parkı’nı ziyaret etme gibi etkinliklere önem verdikleri belirlenmiştir.

Tablo 21: Katılımcıların bölgenin hangi özelliklerinden memnun olduklarına göre dağılımı

MEMNUNİYET	Frekans	En düşük	En yüksek	Anlamlılık düzeyi	Standart sapma
İklim	303	1,00	7,00	1,5182	1,04160
Diğer memnuniyet	2	1,00	4,00	2,5000	2,12132
Deniz	303	1,00	7,00	3,5281	1,16163
Çevre ve doğa	302	1,00	7,00	4,0066	1,66255
Alışveriş	302	1,00	7,00	4,0828	1,60038
Uygun konaklama	303	1,00	8,00	4,6139	1,94955
Maliyet	303	1,00	8,00	4,6634	2,04394
Konukseverlik	302	1,00	7,00	5,6060	1,61606

Bölgeye gelen turistlerin, bölgede kendilerini memnun eden hususlar Tablo 21’de verilmiştir. Buna göre ankete katılanların Altınoluk’la ilgili en çok memnun oldukları durum bölgenin iklimidir. Bölgede turizmin en yoğun yaşandığı yaz aylarında sıcaklıklar yüksek değerlerde seyretmesine rağmen, bölgesel rüzgârların da etkisiyle bu sıcaklıkların bunaltıcı etkisi ortadan kalkmaktadır. Bölgenin belki de en çok dikkat çeken özelliği olan oksijen bolluğu da bölgeyi tercih edenlerin bölgenin ikliminden son derece memnun olmalarında etkili olmaktadır. İklim dışında en çok memnun olunan hususlar, bölgenin denizi, çevre ve doğadır. Diğer memnuniyet seçeneği ankete katılanlardan sadece iki kişi tarafından belirtildiğinden bu sonuç değerlendirilmeye alınmamıştır.

Tablo 22: Katılımcıların bölgenin hangi özelliklerinden rahatsız olduklarına göre dağılımı

RAHATSIZLIK	Frekans	En düşük	En yüksek	Anlamlılık düzeyi	Standart sapma
Diğer rahatsızlık	8	1,00	6,00	2,2500	1,90863
Aşırı kalabalık	303	1,00	6,00	2,5314	1,38278
Trafik ve park sorunu	303	1,00	6,00	2,8713	1,43049
Belediye hizmetlerinde yetersizlik	302	1,00	6,00	2,9834	1,35778
Plansız yapılaşma	303	1,00	6,00	2,9868	1,41649
Deniz ve kumsalların yetersizliği	303	1,00	6,00	3,7195	1,26485

Bölgeye gelen turistlerin, bölgede kendilerini rahatsız eden unsurlar Tablo 22’de verilmiştir. Buna göre ankete katılanların Altınoluk’la ilgili en çok rahatsız oldukları durum diğer rahatsızlıklar olmasına rağmen, bu seçenek ankete katılanlardan sadece sekiz kişi tarafından belirtildiğinden bu sonuç değerlendirilmeye alınmamıştır. Bunun dışındaki rahatsızlıklar ankete katılanlar tarafından sırasıyla, aşırı kalabalık, trafik ve park sorunu, belediye hizmetlerinde yetersizlik, plansız yapılaşma, deniz ve kumsalların yetersizliği olarak sıralanmıştır. Diğer seçeneğini işaretleyen katılımcılar, bölge esnafının yaz aylarında yüksek fiyat uygulamasından ve turistlere karşı tutumundan rahatsız olduklarını belirtmiştir.

Memnuniyet ile rahatsızlıklar incelendiğinde bölgeye gelen turistlerin memnuniyet düzeylerinde üst sırada yer alan bölgenin deniziyle ilgili durum, rahatsızlıklar kısmında en alt sırada yer almaktadır. Yani bölgeye gelenlerin bölgeyi tercih etmesinde bölgenin denizinin önemli bir etkisi olduğu görülmektedir. Diğer taraftan, bölgeye gelen turistler bölgenin denizinin ve kumsallarının yetersizliğiyle ve kirliliğiyle ilgili bir rahatsızlık duymadıklarını belirtmiştir.

Tablo 23: Katılımcıların bölgedeki mevcut hizmetleri yeterli bulup bulmadıklarına göre dağılımı

	ULAŞIM SİSTEMİ		PİS/TEMİZ SU SİSTEMİ		İLETİŞİM SİSTEMİ	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Evet	180	59,4	127	41,9	197	65,0
Hayır	123	40,6	172	56,8	103	34,0
Toplam	303	100,0	299	98,7	300	99,0
Kayıp Değer			4	1,3	3	1,0
Toplam	303	100,0	303	100,0	303	100,0
	SAĞLIK HİZMETLERİ		KONAKLAMA OLANAKLARI		EĞLENCE OLANAKLARI	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Evet	89	29,4	176	58,1	111	36,6
Hayır	198	65,3	122	40,3	191	63,0
Toplam	287	94,7	298	98,3	302	99,7
Kayıp Değer	16	5,3	5	1,7	1	0,3
Toplam	303	100,0	303	100,0	303	100,0

Tablo 23'te, katılımcıların bölgedeki mevcut hizmetleri (ulaşım, pis/temiz su, iletişim sistemi, sağlık hizmetleri, konaklama ve eğlence olanakları) yeterli bulup bulmadıklarına göre dağılımı belirtilmektedir. Buna göre katılımcılar, bölgedeki ulaşım ve iletişim sistemlerini ve konaklama olanaklarını yeterli bulmaktadır. Diğer taraftan, katılımcılar, pis/temiz su sistemini, sağlık hizmetlerini ve eğlence olanaklarını yetersiz bulmaktadır.

3.6.3. Diğer Bulgular

Katılımcıların konaklama tercihleri (otel/motel, pansiyon, kamping, yazlık kiralama, kendi yazlığı ve akraba/arkadaş yanı) ile, katılımcıları tatil süresince en çok memnun eden unsurlar (uygun konaklama olanakları, bölgenin iklimi, alışveriş

olanakları, bölgenin denizi, bölge halkının konukseverliği, çevre ve doğayla ilgili etkinliklerin bulunması ve tatilin maliyeti) arasında katılımcıların skor ortalamaları bakımından anlamlı bir farkın olup olmadığının test edilmesi için verilere tek yönlü varyans analizi (one way anova) uygulanmıştır (Büyüköztürk, 2004: 67).

H_0 = Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden memnun olma dereceleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 24: Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden memnun olma durumları arasındaki ilişki

ONE WAY ANOVA				
MEMNUNİYET		Serbestlik derecesi	F değeri	Anlamlılık düzeyi
Uygun konaklama	Gruplar arası	5	0,599	0,700
	Gruplar içi	292		
	Toplam	297		
İklim	Gruplar arası	5	4,546	0,001*
	Gruplar içi	292		
	Toplam	297		
Alışveriş	Gruplar arası	5	0,577	0,718
	Gruplar içi	291		
	Toplam	296		
Deniz	Gruplar arası	5	4,185	0,001*
	Gruplar içi	292		
	Toplam	297		
Konukseverlik	Gruplar arası	5	0,197	0,964
	Gruplar içi	291		
	Toplam	296		
Çevre ve doğa	Gruplar arası	5	2,695	0,021*
	Gruplar içi	291		
	Toplam	296		
Maliyet	Gruplar arası	5	4,093	0,001*
	Gruplar içi	292		
	Toplam	297		

* $P < 0,05$

Katılımcıların, bölgenin memnuniyet unsurlarına verdikleri memnuniyet derecesinin, katılımcıların konaklama tercihinine göre farklılık gösterip göstermediği istatistiksel olarak araştırılmış ve Tablo 24 elde edilmiştir. Tabloda da görüldüğü gibi “uygun konaklama”, “alışveriş”, “konukseverlik” gibi memnuniyet unsurları katılımcıların tamamında benzer şekilde algılanmaktadır. Bir başka ifadeyle katılımcıların konaklama tercihleri “uygun konaklama”, “alışveriş”, “konukseverlik” gibi memnuniyet unsurlarına bakışında farklılık yaratmamaktadır. Diğer taraftan uygulanan tek yönlü varyans analizinin (one way anova) sonucuna göre, katılımcıların konaklama tercihleri ile, onları tatil süresince en çok memnun eden unsurlardan “iklim”, “deniz”, “çevre ve doğa” ve “maliyet” unsurları arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır (H_0 hipotezi kabul edilmiştir). Bu anlamlı farklar Tablo 24’de belirtilmektedir. Söz konusu farklılıkların hangi alt unsurdan kaynaklandığının tespit edilebilmesi için yapılan çoklu karşılaştırmalar (post hoc-tukey hsd) ile ilgili sonuçlar ise Tablo 25’te verilmiştir.

Tablo 25: Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden memnun olma durumları arasındaki ilişkinin hangi alt değişkenlerden kaynaklandığıyla ilgili çoklu karşılaştırma analizi

Bağımlı Değişken	Konaklama Tercihi (I)	Konaklama Tercihi (J)	Anlam Farkı (I-J)	Anlamlılık düzeyi
İklim	Kamping	Otel/Motel	1,12709	0,017
		Yazlık kiralama	1,18437	0,002
		Kendi yazlığım	1,33382	0,000
		Akraba/Arkadaş yanı	1,00265	0,036
Deniz	Pansiyon	Akraba/Arkadaş yanı	1,31975	0,015
	Kamping	Akraba/Arkadaş yanı	1,29178	0,010
	Yazlık kiralama	Akraba/Arkadaş yanı	0,89984	0,006
Çevre ve doğa	Akraba/Arkadaş yanı	Yazlık kiralama	1,07882	0,037
		Kendi yazlığım	0,90002	0,068
Maliyet	Otel/Motel	Kamping	2,65886	0,002
	Yazlık kiralama	Kamping	2,25031	0,003
	Kendi yazlığım	Kamping	2,49589	0,000
	Akraba/Arkadaş yanı	Kamping	2,37401	0,005

Buna göre Tablo 25'teki çoklu karşılaştırmalar (post hoc-tukey hsd) testi incelendiğinde, ortaya çıkan sonuçlar şunlardır:

- Konaklama tercihini kamping olarak seçen katılımcılar, otel/motel olarak seçen katılımcılara göre iklim (bölgenin iklimi) unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini kamping olarak seçen katılımcılar, yazlık kiralama olarak seçen katılımcılara göre iklim unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini kamping olarak seçen katılımcılar, kendi yazlığım olarak seçen katılımcılara göre iklim unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini kamping olarak seçen katılımcılar, akraba/arkadaş yanı olarak seçen katılımcılara göre iklim unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini pansiyon olarak seçen katılımcılar, akraba/arkadaş yanı olarak seçen katılımcılara göre deniz (bölgenin denizi) unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini kamping olarak seçen katılımcılar, akraba/arkadaş yanı olarak seçen katılımcılara göre deniz unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini yazlık kiralama olarak seçen katılımcılar, akraba/arkadaş yanı olarak seçen katılımcılara göre deniz unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini akraba/arkadaş yanı olarak seçen katılımcılar, yazlık kiralama olarak seçen katılımcılara göre çevre ve doğa (ile ilgili etkinliklerin bulunması) unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini akraba/arkadaş yanı olarak seçen katılımcılar, kendi yazlığım olarak seçen katılımcılara göre çevre ve doğa unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini otel/motel olarak seçen katılımcılar, kamping olarak seçen katılımcılara göre maliyet (tatilin maliyeti) unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini yazlık kiralama olarak seçen katılımcılar, kamping olarak seçen katılımcılara göre maliyet unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini kendi yazlığım olarak seçen katılımcılar, kamping olarak seçen katılımcılara göre maliyet unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

- Konaklama tercihini akraba/arkadaş yanı olarak seçen katılımcılar, kamping olarak seçen katılımcılara göre maliyet unsurunun tatilleri süresince onları daha çok memnun eden unsur olduğunu belirtmektedir.

Katılımcıların konaklama tercihleri (otel/motel, pansiyon, kamping, yazlık kiralama, kendi yazlığım ve akraba/arkadaş yanı) ile, katılımcıları tatil süresince en çok rahatsız eden değişkenler (aşırı kalabalık, trafik ve park sorunu, belediye hizmetlerinde yetersizlik, deniz ve kumsalları yetersizliği ve plansız yapılaşma) arasında katılımcıların skor ortalamaları bakımından anlamlı bir farkın olup olmadığının test edilmesi için verilere tek yönlü varyans analizi (one way anova) uygulanmıştır.

H₀= Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden rahatsız olma dereceleri arasında anlamlı bir fark vardır.

Tablo 26: Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden rahatsız olma durumları arasındaki ilişki

ONE WAY ANOVA				
		Serbestlik derecesi	F değeri	Anlamlılık düzeyi
Aşırı kalabalık	Gruplar arası	5	1,220	0,300
	Gruplar içi	292		
	Toplam	297		
Trafik ve park sorunu	Gruplar arası	5	0,352	0,881
	Gruplar içi	292		
	Toplam	297		
Belediye hizmetlerinde yetersizlik	Gruplar arası	5	2,447	0,034*
	Gruplar içi	291		
	Toplam	296		
Deniz ve kumsalların yetersizliği	Gruplar arası	5	1,756	0,122
	Gruplar içi	292		
	Toplam	297		
Plansız yapılaşma	Gruplar arası	5	1,577	0,166
	Gruplar içi	292		
	Toplam	297		

*P<0,05

Katılımcıların, bölgenin rahatsızlık unsurlarına verdikleri rahatsızlık derecesinin, katılımcıların konaklama tercihine göre farklılık gösterip göstermediği istatistiksel olarak araştırılmış ve Tablo 26 elde edilmiştir. Tabloda da görüldüğü gibi “aşırı kalabalık”, “trafik ve park sorunu”, “deniz ve kumsalları yetersizliği” ve “plansız yapılaşma” gibi rahatsızlık unsurları katılımcıların tamamında benzer şekilde algılanmaktadır. Bir başka ifadeyle katılımcıların konaklama tercihleri “aşırı

kalabalık”, “trafik ve park sorunu”, “deniz ve kumsalları yetersizliği” ve “plansız yapılaşma” gibi rahatsızlık unsurlarına bakışında farklılık yaratmamaktadır. Bununla birlikte uygulanan tek yönlü varyans analizinin (one way anova) sonucuna göre, katılımcıların konaklama tercihleri ile, onları tatil süresince en çok rahatsız eden unsurlardan sadece belediye hizmetlerinin yetersizliği unsuru arasında anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır (H_0 hipotezi kabul edilmiştir). Bu anlamlı fark Tablo 26’da belirtilmektedir. Söz konusu farklılığın hangi alt değişkenlerden kaynaklandığının tespit edilebilmesi için yapılan çoklu karşılaştırmalar (post hoc-tukey hsd) ile ilgili sonuçlar ise Tablo 27’de verilmiştir.

Tablo 27: Katılımcıların konaklama tercihleriyle, bölgenin özelliklerinden rahatsız olma durumları arasındaki ilişkinin hangi alt değişkenlerden kaynaklandığıyla ilgili çoklu karşılaştırma analizi

Bağımlı Değişken	Konaklama Tercihi (I)	Konaklama Tercihi (J)	Anlam farkı (I-J)	Anlamlılık düzeyi
Belediye hizmetlerinde yetersizlik	Kamping	Yazlık kiralama	1,23321	0,033
		Kendi yazlığım	1,24190	0,019

Buna göre, konaklama tercihini kamping olarak seçen katılımcılar, yazlık kiralama olarak seçen katılımcılara göre belediye hizmetlerindeki yetersizlikler unsurunun tatilleri süresince onları daha çok rahatsız eden unsur olduğunu belirtmektedir. Ayrıca konaklama tercihini kamping olarak seçen katılımcılar, kendi yazlığım olarak seçen katılımcılara göre belediye hizmetlerindeki yetersizlikler unsurunun tatilleri süresince onları daha çok rahatsız eden unsur olduğunu belirtmektedir.

Katılımcıların gelirleriyle, onların bölgedeki ”kamp kurma”, ”yöresel yemekleri tatma”, “Kazdağı Milli Parkı’nı ziyaret etme”, “kültürel ve tarihi yerleri görme”, “doğada sportif etkinliklere katılma” ve “kültürel etkinliklere katılma” gibi etkinliklere katılma düzeyleri arasında, katılımcıların skor ortalamaları bakımından

anlamli bir farkin olup olmadiginin test edilmesi için verilere ki kare analizi (pearson chi-square) uygulanmiş (Balcı, 2005: 231) ve Tablo 28 elde edilmiştir. Ki kare analiz yöntemi bir çapraz tabloda yer alan değişkenler arasındaki gözlenen ilişkinin istatistiksel olarak anlamli olup olmadigini test etmek amaciyla kullanılmaktadır (www.istatistikanaliz.com).

İlgili hipotezler:

1) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, bölgede kamp kurma etkinliğine katılma düzeyi arasında anlamli bir fark vardır.

2) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, yöresel yemekleri tatma etkinliğine katılma düzeyi arasında anlamli bir fark vardır.

3) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, Kazdağı Mili Parkı'nı gezme etkinliğine katılma düzeyi arasında anlamli bir fark vardır.

4) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, bölgedeki kültürel ve tarihi yerleri görme etkinliğine katılma düzeyi arasında anlamli bir fark vardır.

5) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, doğada sportif etkinliklere katılma düzeyi arasında anlamli bir fark vardır.

6) H_0 = Katılımcıların gelir düzeyleriyle, kültürel etkinliklere katılma düzeyi arasında anlamli bir fark vardır.

Tablo 28: Katılımcıların gelir düzeyleriyle, bölgedeki etkinliklere katılımı arasındaki ilişki

Kamp kurma	Değer	Anlamlılık düzeyi (iki yönlü)
Ki Kare	6,837	0,145
Yöresel yemekler	Değer	Anlamlılık düzeyi (iki yönlü)
Ki Kare	5,973	0,201
Kazdağı Milli Parkı	Değer	Anlamlılık düzeyi (iki yönlü)
Ki Kare	2,616	0,625
Kültürel ve tarihi yerler	Değer	Anlamlılık düzeyi (iki yönlü)
Ki Kare	8,856	0,065
Doğada sportif etkinlikler	Değer	Anlamlılık düzeyi (iki yönlü)
Ki Kare	5,736	0,220
Kültürel etkinlikler	Değer	Anlamlılık düzeyi (iki yönlü)
Ki Kare	6,501	0,165

Tablo 28’de de belirtildiği üzere, katılımcıların gelir düzeyleriyle, bölgedeki “kamp kurma”, ”yöresel yemekleri tatma”, “Kazdağı Milli Parkı’nı ziyaret etme”, “kültürel ve tarihi yerleri görme”, “doğada sportif etkinliklere katılma” ve “kültürel etkinliklere katılma” gibi etkinliklere katılma düzeyleri arasında anlamlı bir fark yoktur. Bir başka ifadeyle katılımcıların gelir düzeyleri, onların bölgedeki ”kamp kurma”, ”yöresel yemekleri tatma”, “Kazdağı Milli Parkı’nı ziyaret etme”, “kültürel ve tarihi yerleri görme”, “doğada sportif etkinliklere katılma” ve “kültürel etkinliklere katılma” gibi etkinliklere katılma düzeylerine bakışında farklılık yaratmamaktadır.

1) H_0 hipotezi reddedilmiştir.

2) H_0 hipotezi reddedilmiştir.

3) H_0 hipotezi reddedilmiştir.

4) H_0 hipotezi reddedilmiştir.

5) H_0 hipotezi reddedilmiştir.

6) H_0 hipotezi reddedilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde, kitlesel turizm hareketlerinden alternatif turizm türlerine doğru bir eğilim söz konusudur. Dokusu bozulmamış doğal kaynaklara ve kültürel değerlere yönelik turizm hareketleri, yıllar geçtikçe daha da önem kazanmaktadır. Turizmin temel kaynakları olan bu alanların her zaman aynı değere sahip olabilmesi için mutlaka korunması ve geliştirilmesi gerekmektedir. Bu durum sürdürülebilirlik kavramının özünü oluşturmaktadır.

Gelecek kuşakların gereksinimlerini dikkate alarak bugünkü kuşakların gereksinimlerinin karşılanması anlamındaki sürdürülebilirlik, turizm için de son derece önem arz etmektedir. Yani turistik faaliyetlerde, kaynakların kullanılması korunması arasında bir dengenin sağlanması gerekmektedir. Turizmin kaynağını oluşturan doğal, kültürel ve tarihi değerlere zarar vermeden onları geliştirmek ve bu değerleri sonraki kuşaklara aktarmak, sürdürülebilir turizm anlayışını yansıtmaktadır. Bu faaliyetleri gerçekleştirmek için de, sürdürülebilir bir turizm planlamasına gereksinim duyulmaktadır.

Çalışmanın araştırma sahası olarak seçilen bölge Altınoluk'tur. Bölge, gerek doğal güzellikleri gerekse tarihi ve kültürel yapısı bakımından ülkemizin değeri yükselen turistik merkezlerindedir. Bölgenin turistik gelişiminin istenilen düzeyde olabilmesi için, sürdürülebilir boyutta ve bir plan dahilinde yapılması gerekmektedir. Altınoluk'ta sürdürülebilir bir turizm planlamasının başarıya ulaşması için gerekli birtakım koşullar söz konusudur.

Bir plan dahilinde sürdürülebilir bir turizm gelişiminin başarılı olabilmesi her şeyden önce, iş birliği ve uyuma bağlıdır. Bölgedeki yöneticilerin, otel ve seyahat acentesi temsilcilerinin, üniversitelerin, bölge halkının ve turistlerin, sivil toplum örgütlerinin planlama çalışmalarında fikir alışverişinde bulunması ve iş birliğine gitmesi gerekmektedir. Doğal, tarihi ve kültürel çevrenin korunarak geliştirilmesi için gerekli yasal düzenlemelerin yapılarak bunların uygulanması ve kontrolünün etkin bir şekilde yapılması da son derece önemlidir.

Sürdürülebilir bir turizm gelişimi için çevreye ve kaynaklara olan bilincin ve duyarlılığın oluşturulması gerekmektedir. Bu bilincin ve duyarlılığın oluşturulması için de çevreyle ve kaynaklarla ilgili bilgilendirme toplantıları ve faaliyetler düzenlenmeli, bunlara turizmle ve bölgeyle ilgili tüm kesimlerin katılmasının sağlanması gerekmektedir.

Altınoluk'un bütün turistik özellikleri belirlenerek, bölgenin tanıtımı konusunda, bir turistik ürünün (Antandros, oksijen çadırı, gibi) bölgeyle özdeşleştirilip daha fazla ön plana çıkarılmasında yarar vardır. Yani Altınoluk deyince insanların aklına gelecek ilk şey, o bölgenin turistik simgesi olarak kabul edilmelidir.

Bölgeye gelen turistlerin profillerin kamu temsilcileri, özel sektör işletmeleri tarafından da bilinmesi gerekmektedir. Bölgeye gelen turistlerin, yaşları, geldikleri yerler, gelir düzeyleri, konaklama tercihleri ve süreleri gibi özellikleri dikkate alınarak, bu bilgiler ışığında uygun turistik hizmetlerin, ürünlerin sunulması sağlanmalıdır. Ayrıca, bölgeye gelen turistlerin bölgeden memnun ve rahatsız oldukları hususların belirlenerek, bunlara uygun düzenlemelerin ve çalışmaların planlama faaliyetlerine dahil edilmesi gerekmektedir.

Sürdürülebilir bir turizm planlamasının başarıya ulaşmasında bölge halkının turizm faaliyetlerini benimsemesi, bu faaliyetlere katılımının ve desteğinin sağlanması son derece önemlidir. Bölge halkının desteğinin ve katılımının olmadığı sürdürülebilir bir turizm planlamasının başarıya ulaşma şansı oldukça azdır.

Altınoluk'un sürdürülebilir turizm planlamasının başarıya ulaşılabilmesi ve bu planlamaya uygun turistik ürünlerin turistlere sunulması için öncelikle bölgenin mevcut durumun ve sorunlarının belirlenmesi gerekmektedir. Buna bağlı olarak, ortaya konulan durum ve sorunlara yönelik birtakım çözüm önerileri verilebilir.

Bölgenin kışın 16.000 civarında olan nüfusunun yazın 250.000-300.000'lere çıkması dolayısıyla bölgenin altyapısında yetersizlikler ve sorunlar yaşanmaktadır.

Bu sorunun, bölgede (belediyede ve diğer kurumlarda) yaz aylarında geçici mevsimlik çalışanların istihdam edilmesi yoluyla çözülebileceği düşünülmektedir. Nüfus artışına bağlı olarak mevcut artıma tesisinin kapasitesinin de artırılması gerekmektedir.

Bölgede sağlık hizmetlerinde de sorunlar yaşanmaktadır. Bölgedeki iki sağlık ocağı, turizmin yoğun olduğu yaz aylarında yetersiz kalmaktadır. Bölgedeki belediyeler, kış aylarındaki yapılan nüfus sayımına göre ödenek almaktadır. Ayrıca, bölge merkezi turizm teşviklerinden yararlanamamaktadır. Bölgede yaz aylarında yaşanan aşırı nüfus artışı, ödeneklerin yetersiz kalmasına neden olmaktadır. Bu durum da belediye hizmetlerinde aksamalara yol açabilmektedir. Belediye gelirlerini arttırıcı çalışmalara ağırlık verilmesi örneğin, iller bankası paylarının nüfus yerine konut sayısına göre verilmesi, bu soruna bir çözüm önerisi olarak düşünülmektedir. Merkezi turizm teşviklerinden yararlanabilmek için de hükümet ve bakanlıklar düzeyinde görüşmeler ve girişimlerin yapılması gerekmektedir.

Bölgede kaynağını Kaz Dağları'ndan alan irili ufaklı birçok dere vardır. Bu derelerin özellikle yağışların çok olduğu ve bu yağışların Kaz Dağı'ndaki karları erittiği dönemlerde değişken rejime sahip olmaları, taşkınların meydana gelmesine neden olmaktadır. Bu taşkınlar, bölgedeki yollara, köprülere, ekili-dikili alanlara ve binalara zarar vermektedir. Konuyla ilgili olarak dağ eteklerine setlerin yapılmasının olumlu etkiler yaratacağı düşünülmektedir. Ayrıca, dere yataklarının düzenlenmesi genişletilmesi gibi çalışmaların da bu sorunun çözülmesine katkıda bulunabileceği düşünülmektedir. Bununla birlikte bölgede mevcut olan derelerle ilgili düzenlemeler yapılarak, bu alanlardan uygun olanlarının turizme açılması sağlanabilir.

Yaz aylarında bölge nüfusunda yaşanan aşırı artışlar sonucu, bölgenin ekolojik taşıma kapasitesinin aşılma eğiliminde olduğu durumlar ortaya çıkmaktadır. Yaşanan bu kalabalık, trafik ve park sorununa neden olmaktadır. Taşıt sayısındaki artışlar sonucu, bölgenin merkezinde taşıtları park edecek alanların bulunamaması gibi bir sorun yaşanmaktadır. Özellikle, cumartesi ve pazar günleri, şehrin kalabalığı (çevre bölgelerden gününbirlik gelenler ve hafta sonu tatili için gelenlerle birlikte)

daha da artmaktadır. Cumartesi günü, Altınoluk'un merkezinde kurulan köylü pazarında da park sorunu yaşanmaktadır. Köylü pazarında aşırı kalabalığın olması, bazı tatilcileri çevre bölgelerdeki pazarlara yönlendirmiştir. Bu durum, Altınoluk esnafı için ekonomik bir kayıp sayılabilir. Merkezdeki köylü pazarıyla ilgili gerekli düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda Altınoluk merkezinin farklı bir alanında farklı bir günde başka bir pazar daha kurulmaya başlanmıştır. Bu uygulama diğer pazarın yükünü bir ölçüde hafifletebilmesi açısından olumlu bir gelişmedir.

Bölge için son derece önemli Edremit Körfez Havaalanı'nın uluslararası ulaşımına açılması çalışmalarının en kısa zamanda tamamlanması gerekmektedir. Bunun dışında bölgenin ortasından geçen kara yoluyla ilgili düzenlemeler konusunda devlet desteğinin sağlanarak, gerekli ışıklandırma ve alt geçit çalışmalarının tamamlanması gerekmektedir. Ayrıca, Altınoluk'a, yabancı gemilerin yanaşabilmesine uygun bir liman yapılmasının da bölgenin ekonomisi ve turizmi açısından yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bölgede tamamlanan altın arama çalışmalarının ardından, maden işletmeleri altının işlenmesi için siyanür kullanmak istemektedir. Tüm çevreye (tarım alanlarına, toprağa, su kaynaklarına, bitki örtüsüne) düzeltilemeyecek boyutta zararı olan siyanürün kullanılması, adeta bir çevre faciasına yol açacaktır. Bu konuda çevreciler tarafından yapılan mücadeleler sonucu, Anayasa Mahkemesi ve Danıştay, konuyla ilgili yasaların iptaline karar vermiştir. Ancak sorunun tam anlamıyla çözüldüğünü söylemek gerçekçi olmayacaktır. Bu yüzden konuyla ilgili kalıcı çözümler elde edebilmek için, çevrecilerin, sivil toplum örgütlerinin, bölge halkının, turistlerin birlikte hareket etmesi gerekmektedir. Aksi takdirde, Edremit Körfezi'nin akciğerleri ve su deposu olan, sayısız endemik bitkiye ve yaban hayatına ev sahipliği yapan, eşsiz bir değer sahip Kaz Dağları ve çevresindeki yerleşim birimleri çok ciddi bir tehlikeyle karşı karşıya kalacaktır. Sonuç olarak, altın işleme çalışmalarında siyanür kullanılmak istenmesi engellenmeye devam edilmelidir.

1990-2003 yılları arasında, bölgede ne yazık ki yaklaşık üç milyon zeytin ağacı kesilmiştir (Karaman, 2003: 82). Çeşitli amaçlarla (başta yazlık ve turistik tesis yapımı olmak üzere) kesilen zeytin ağaçları, bölgenin doğal ve ekonomik yapısını olumsuz etkilemiştir. Altınoluk'ta kısa süre önce yapılan düzenlemeye göre, zeytin ağaçlarının kesilmeyip başka yere dikilmesi sağlanmaya başlanmıştır. Bu düzenleme olumlu ve sevindirici bir gelişme olarak dikkat çekmektedir. Zeytin ağaçlarının kesilmesini önlemek için mevcut yasaların düzenlenmesi ve bu yasalara uyulması ile ilgili denetimlerin yapılması şarttır.

Altınoluk'ta yaklaşık 59.000 konut bulunmaktadır. Bu konutların birçoğunu yazlıklar oluşturmaktadır. İkinci konutlar yaz ayları dışında yılın büyük bir bölümünde boş kalmaktadır. Bazı yazlıklar yılda sadece 10-15 gün kullanılmaktadır. Diğer zamanlarda ya boş kalmakta, ya da kiraya verilmektedir. Bu durum, bölge için büyük bir ekonomik kayıp olarak düşünülmektedir. Bu sorunun çözümü için yazlıkların ev pansiyonculuğuna açılması önerilebilir. Bu konuda bölge halkına ve/veya bölgedeki konut sahiplerine ev pansiyonculuğuyla ilgili eğitimlerin ve bilgilendirmelerin yapılması gerekmektedir.

Bölge halkının turizmi benimseyerek, turistlere yönelik olumlu tutum ve davranışlar sergilemesi gerekmektedir. Çalışmada, turistlerin bölgeden memnun oldukları durumların sıralanmasında, bölge halkının konukseverliği konusunun son sırada yer aldığı belirlenmiştir.

Altınoluk'un henüz katı atıklar için bir çöp fabrikası bulunmamaktadır. Toplanan çöpler, ne yazık ki Kaz Dağları'nın eteklerindeki bir alanda biriktirilmektedir. Bu alan, doğal çevreye hem görüntü hem de koku anlamında zarar vermektedir. Bu yüzden gerekli olan çöp fabrikasının çevre belediyelerle de iş birliği yapılarak en kısa zamanda kurulması şarttır.

Bölgeye özgü ürünlere, el sanatlarına gereken önemin verilmesi ve bu ürünlerin tanınmışlığının artırılması gerekmektedir. Zeytin ve zeytin yağı bölgenin en önemli ürünüdür. Bölgeye gelen turistler, zeytin, zeytin yağı, zeytin sabunu,

zeytin şekeri, zeytin çiçeği kolonyası gibi ürünlere fazlaca ilgi göstererek bunları satın almaktadır. Bunu dışında Kaz Dağları'ndan toplanan kekik (hazırlanan kekik suyu) ve dağ çileği gibi ürünler de bölgenin meşhur ürünleridir. Ayrıca, üzüm, incir, şeftali ve adını Akçay'dan alan "Akçay şeftalisi" de bölgenin önemli tarım ürünleridir. Bunun dışında bölge köylerinde yapılan hayırlarda, bölgeye gelen misafirlere "Üç kardeş" denilen nohut, pilav ve keşkek ikram edilmektedir. Tüm bu ürünlerin tanıtımının yapılarak, bölgenin birer simgesi haline getirilmesinin bölgeye önemli katkılar yapacağı düşünülmektedir.

Bölgede yapılan araştırmada katılımcıların, pis/temiz su sistemini, sağlık hizmetlerini ve eğlence olanaklarını yetersiz bulduğu belirlenmiştir. Sağlık hizmetlerini yetersiz bulanların genellikle orta yaş ve üstü; eğlence olanaklarını yetersiz bulanların ise, genç yaşta bireyler olduğu belirlenmiştir. Sağlık hizmetleriyle ilgili sorun, sağlık ocaklarında geçici sağlık personelinin istihdam edilmesiyle çözüme kavuşabilecektir. Eğlence hizmetleri ise son birkaç yılda artış göstermesine rağmen yine de yeterli düzeyde değildir. Bölgedeki turistler, farklı eğlence anlayışlarının da bölgede hayata geçirilmesi gerektiğini düşünmektedir. Bu konuda, bölgeye yeni su ve eğlence parklarının yapılmasının olumlu etkiler yaratacağı düşünülmektedir.

Deniz kıyısının, kafe ve restoranlar gibi işletmeler tarafından işgal edilmesi, turistlerin büyük tepkisini çekmektedir. Yasalar gereği, tüm halkın kullanımına açık olan plajların, bu işletmeler tarafından işgal edilmesi (şemsiye, şezlong, masa koyularak), sonucu turistlerin denize girme olanakları günden güne sınırlı hale gelmektedir. Bu sorun sadece Altınoluk'un değil ne yazık ki ülkemizdeki birçok turizm merkezinin ortak sorunudur. Bu konuda Kültür ve Turizm Bakanlığı'na ve bölge yöneticilerine büyük sorumluluk düşmektedir. Konuyla ilgili denetimlerin ve buna bağlı yaptırımların en kısa zamanda hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Altınoluk'la ilgili diğer bir sorun, kıyı çizgisini aşan yapılardır. Zamanında yasalara bir şekilde uydurularak ya da otorite boşluğundan faydalanılarak yapılmış olan bu yapılar, hem sahillerin daralmasına hem de görüntü kirliliğine neden

olmaktadır. Bu yapılar konusunda neler yapılacağı, bölge belediyelerinin yaptırım gücüne dayanmaktadır. Belediyenin bundan sonra, bu tarz yapılaşmaya kesiklikle izin verilmemesi konusunda gerekli hassasiyeti göstermesi gerekmektedir. Bölgede ayrıca, kentsel sit alanı içerisinde restorasyonu düşünülen yapılarla ilgili çalışmaların tamamlanması, bölgenin turizmi ve kültürel değerleri açısından son derece önemlidir.

Bölgenin en önemli özelliği havası ve suyudur. Araştırmaya katılan turistlerin bölgeyi tercih etmesinde, bölgenin en çok havasının ve suyunun etkili olduğu belirlenmiştir. Bölgenin bol oksijene sahip olması nedeniyle bölge astım ve kalp hastalarına özellikle tavsiye edilmektedir. Bu kapsamda yapımına 1996 yılında başlanan ve ne yazık ki henüz faaliyete geçirilememiş astım hastanesinin bir an önce hizmete açılması bölge turizmi ve ekonomisi açısından son derece önemlidir. Sayısız su kaynağının ve endemik bitkinin bulunduğu Kaz Dağları'nın bu özelliklerinin korunmasıyla ve tanıtılmasıyla ilgili düzenlemelerin de yapılması gerekmektedir.

Araştırma kapsamında bölgeye gelen turistlerin profilleri dikkate alındığında, bölgeye daha çok orta gelir düzeyindeki turistler gelmektedir. Ayrıca bölgeye gelenlerin neredeyse tamamı yerli turistlerdir. Yüksek gelir düzeyine sahip ve özellikle yabancı turistlerin bölgeyi ziyaret etmesi sağlanmalıdır. Bu bağlamda, bölge belediyesinin ve bölgede yeteri kadar etkili olamayan (gelenlerin neredeyse hiçbirinin seyahat acentesi kullanmaması) seyahat acentelerinin yurt dışı pazarlara açılması gerekmektedir. Ulusal/uluslararası turizm fuarlarına, ilgili seminerlere katılım, yabancı dillerde yazılmış tanıtım broşürlerinin hazırlanması, yazılı ve görsel medyada daha fazla yer alma gibi faaliyetlerin, bölgenin daha çok tanınmasında etkili olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, yine bölgenin tanıtımına katkısı olacak film, dizi, belgesel gibi yapımların gerçekleştirilmesinde kolaylıklar sağlanmalıdır. Bunun dışında, bölgedeki konaklama tesislerinin de verdikleri hizmetin kalitesini artırıcı uygulamalara gitmesi gerekmektedir. "Fırtına gemisinin" en kısa zamanda yaptırılıp, tarihi yolculuğun yinelenmesinin basında geniş yer alacağı düşünülmektedir.

Bölgede turizmin on iki aya yayılması ile ilgili çalışmaların da yapılması gerekmektedir. Bu sayede kış aylarında düşük doluluk oranlarıyla çalışan ya da kapalı durumdaki tesisler etkin hale getirilmiş olacaktır. Bunun için özellikle kış

aylarında, kongre ve seminer tarzı etkinliklerin bölgede gerçekleştirilmesi için gerekli girişimlerde bulunulması önerilmektedir.

Araştırmaya katılan turistlerin cevapları doğrultusunda, bölgedeki kültürel etkinliklere (festival, konser, konferans gibi) katılımın yüksek olduğu belirlenmiştir. Yine araştırmaya katılan turistlerin yaklaşık yarısının Kazdağı Milli Parkı'nı ziyaret ettiği belirlenmiştir. Bölgede, mevcut turizm türleri ve turistik faaliyetlere ek olarak, kuş gözlemciliği, sağlık turizmi (astım hastanesi), çiftlik turizmi, futbol turizmi, gençlik kampları, bisiklet yarışları gibi turizm türleri ve etkinlikleri geliştirilmesini olanaklı olduğu söylenebilir.

Turizm sezonunun uzatılarak, ziyaretçi sayısının artırılması için izlenecek yol olarak öncelikle, turizm çeşitliliğinin artırılması, kültür, doğa, sağlık ve agro turizminin (turistlerin tarımsal etkinliklere katılması, çiftlik hayatını yaşaması) (Dönmezer, 2009) geliştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca sadece yerli turistlerin ziyaret ettiği bölgeye yabancı turistleri de çekebilmek ve uluslararası hava ve deniz ulaşımının sağlanabilmesi için merkezi düzeyde girişimlerde bulunulması, batı uygarlık tarihi ve mitolojideki önemi bakımından birçok arkeolog tarafından "İkinci Efes" olarak nitelendirilen Antandros Antik Kenti'yle ilgili kazı çalışmalarının en kısa zamanda tamamlanması ve tanıtımı için çaba gösterilmelidir.

Coğrafi konumu nedeniyle birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan Altınoluk, tarihi ve kültürel değerler açısından oldukça zengin bir bölgedir. Kültür turizmi açısından yeterince değerlendirilemeyen bölgeye yönelik turizm talebinin artırılması, yörede turizmin on iki aya yayılmasına, gelir düzeyi bakımından daha yüksek gelir grubuna ait turistlerin gelmesine, sürdürülebilir turizm anlayışının gerçekleşmesine yardımcı olacaktır.

Bölgedeki, doğal, kültürel ve tarihi değerlerle ve bu alanlara tur düzenleyenlerle ilgili istatistikler tutularak, bölgeyle ilgili veri bankalarının oluşturulması sağlanabilecektir. Bu verilerin ve istatistiklerin, bölgenin gelişim süreçlerinin izlenmesinde yararlı olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmadan yola çıkılarak, Altınoluk'u bölgedeki diğer turistik merkezlerle (Akçay, Güre, Zeytinli, Küçükkuyu) bütünleştirerek, tüm bölgenin sürdürülebilir turizm gelişimi ve planlaması dikkate alınmalıdır. Gelecekte, Edremit Körfezi'ni oluşturan tüm bu turistik merkezlere yönelik farklı bilimsel çalışmaların yapılması da planlanmaktadır.

Altınoluk bölgesi ile ilgili yapılan araştırmalardan, bölge yöneticileriyle yapılan bilgi alışverişinden ve yazın taramasından elde edilen bilgiler ışığında, Altınoluk bölgesinde turizmin sürdürülebilir anlamda daha da gelişmesi ve bu gelişmenin uygun bir planlama dahilinde gerçekleştirilmesine yönelik öneriler belirtilmiştir. Sonuç olarak, Altınoluk bölgesi, sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel çekicilikleri, ulaşım kolaylığı, denizi ve mavi bayraklı plajları, uygun iklim koşulları, havası ve suyu, eşsiz Kaz Dağları ve daha birçok özelliğiyle ülkemizin gözde turizm bölgelerinden biri haline gelmiştir. Tüm bu özellikleriyle, Altınoluk'un, gelecek kuşakların da adından sıkça söz edeceği bir turizm bölgesi olmaya devam edeceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Ahn, B. Y., Lee, B. K. ve Shafer, C. S. (2002). Operationalizing Sustainability in Regional Tourism Planning: An Application of the Limits of Acceptable Change Framework. *Tourism Management*, 23: 1-15.

Akat, Ö. (2000). *Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Ekin Kitabevi.

Akış, S. (2001). Sürdürülebilir Turizm: Bir Alan Araştırmasının Sonuçları. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Bahar: 17-25.

Araujo, L. M. ve Bramwell, B. (2002). Partnership and Regional Tourism in Brazil. *Annals of Tourism Research*, 29(4): 1138-1164.

Arslan, K. (2005). Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Planlama Ajansları. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7):275-294.

Avcı, N. (2007). Turizmde Taşıma Kapasitesinin Önemi. *Ege Akademik Bakış*, 7(2): 485-501.

Avcıkurt, C. (2005). *Turizmde Tanıtma ve Satış Geliştirme*. Genişletilmiş ve Gözden Geçirilmiş İkinci Baskı, İstanbul: Değişim Yayınları.

Baidal, J. A. I. (2004). Tourism Planning in Spain. *Annals of Tourism Research*, 31(2): 313-333.

Balanlı, A. (1999). Turizm Fiziki Planlaması ve Yapı Biyolojisi. *21. Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları* (ss. 137-145). Derleyen Semra Atabay. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi.

Balcı, A. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma*. Beşinci Baskı, Ankara: Pegem Yayıncılık.

Berry, S. ve Ladkin, A. (1997). Sustainable Tourism: A Regional Perspective. *Tourism Management*, 18(7): 433-440.

Beyhan, E. (2008). Sürdürülebilir Kalkınma-Çevre ve Yerel Yönetimler. *Yerel Siyaset Aylık Bilimsel Siyasi Dergi*, 35: 12-17.

Beyhan, G. Ş. ve S. Mete Ünügür, S. M. (2005). Çağdaş Gereksinimler Bağlamında Sürdürülebilir Turizm ve Kimlik Modeli. *İtüdergisi/a Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 4(2) Eylül: 79-87.

Bramwell, B. ve Sharman, A. (2006). Approaches to Sustainable Tourism Planning and Community Participation. *Tourism and Sustainable Community Development* (ss. 17-35). Derleyen Derek Hall ve Greg Richards. London and New York: Routledge.

Briassoulis, H. (2002). Sustainable Tourism and the Question of the Commons. *Annals of Tourism Research*, 29(4): 1065-1085.

Briggs, S. (2001). *Successful Tourism Marketing*. Second Edition, London: Kogan Page Limited.

Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*. 21: 97-116.

Bull, A. (1996). *The Economics of Travel and Tourism*. Second Edition, Australia: Longman.

Büyüköztürk, Ş. (2004). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Dördüncü Baskı, Ankara: Pegem Yayıncılık.

Ceylan, T. (2001). Turizm ve Sürdürülebilir Gelişme. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Güz: 169-177.

Choi, H. S. C. ve Sirakaya, E. (2006). Sustainability Indicators for Managing Community Tourism. *Tourism Management*, 27: 1274-1289.

Collados, C. ve Duane, T. P. (1999). Natural Capital and Quality of Life: A Model for Evaluating the Sustainability of Alternative Regional Development Paths. *Ecological Economics*, 30: 441-460.

Connell, J., Page, S. J. ve Bentley, T. (2009). Towards Sustainable Tourism Planning in New Zealand: Monitoring Local Government Planning Under the Resource Management Act. *Tourism Management*, 30(6): 867-877.

Çavuş, Ş. ve Tanrısevdi, A. (2000). Sürdürülebilir Turizm ve Yerel Ölçekli Bir Sürdürülebilir Turizm Gelişme Modeli Önerisi. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Eylül-Aralık: 149-159.

Çakılcıoğlu, M. (2002) *Sürdürülebilir Bir Kalkınma İçin; Sürdürülebilir Turizm*.

<http://www.kentli.org/makale/kalkinma.htm>

(Erişim tarihi: 16 Ekim 2008).

Çakılcıoğlu, M. (2000). *Sürdürülebilir Turizm İçin Örnek Bir Bölge; Bozcaada*.

<http://www.kentli.org/makale/bozcaada.htm>

(Erişim tarihi: 18 Mart 2008).

Çetin, M. (2006). Teori ve Uygulamada Bölgesel Sürdürülebilir Kalkınma. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 7(1): 1-20.

Çevik, S. (1999). Turizm Yatırımlarında Çevresel Etki Değerlendirmesi Uygulamaları. *21. Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları* (ss. 128-136). Derleyen Semra Atabay. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi.

Çıracı, H., Turgut, S. ve Kerimoğlu, E. (2008). Sürdürülebilir Turizmin Gelişimi İçin Bir Yönetim Modeli Önerisi: Frig Vadisi Örneği. *İtüdergisi/a Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 7(2) Eylül: 89-102.

Çevirgen, A. (2003). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Ekoturizm ve Edremit Yöresi İçin Bir Model Önerisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi*. İzmir: Nobel Yayın Dağıtım.

Dunham, I. M. *Our Common Future*.

<http://www.ourcommonfuture.org>

(Erişim tarihi: 10 Mart 2009).

Demir, C. (2002a). Milli Parklarda Sürdürülebilirlik Kavramının Turizm ve Rekreasyon Faaliyetleri Açısından Analizi: Türkiye'deki Milli Parklara Yönelik Bir Uygulama. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(8), Aralık: 87-105.

Demir, C. (2002b). Turizm ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Olumsuz Çevresel Etkileri: Türkiye'deki Milli Parklara Yönelik Bir Uygulama. *D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 17(2): 93-117.

Demir, T. (1999). Turizm ve Çevre Etkileşimi. *21. Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları* (ss. 122-127). Derleyen Semra Atabay. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi.

Dodds, R. (2007). Sustainable Tourism Policy – Rejuvenation or a Critical Strategic Initiative. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 18(2): 277-298.

Dönmezer, A. (2009). *Topluma Dayalı Sürdürülebilir Turizm, Nasıl Bir Karpaz*.

<http://www.karpasia.net/NasilbirKarpaz.pdf>

(Erişim tarihi: 21 Ocak 2010).

Emeksiz, M. (2007). Küçük Otel İşletmeleri ve Çevre Yönetimi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(18): 141-156.

Garrod, B. ve Fyall, A. (1998). Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism. *Tourism Management*, 19(3): 199-212.

Gezici, F. (2006). Components of Sustainability Two Cases From Turkey. *Annals of Tourism Research*, 33(2): 442-455.

Godfrey, K. B. (1998). Attitudes Towards Sustainable Tourism in the UK: A View From Local Government. *Tourism Management*, 19(3): 213-224.

Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning*. Third Edition, Washington: Taylor&Francis.

Hacıoğlu, N. (2000). *Turizm Pazarlaması*. Dördüncü Baskı, Bursa: Vipaş A.Ş., Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayını.

Hacıoğlu, N. ve Avcıkurt, C. (2008). Turistik Ürün, Turistik Ürün Çeşitlendirmesi ve Alternatif Turizm. *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi* (ss. 5-15). Editörler Necdet Hacıoğlu ve Cevdet Avcıkurt. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Hall, M. C. (1999). *Tourism Planning Policies, Processes and Relationships*. London: Prentice Hall.

Harrill, R. ve Potts, T. D. (2003). Tourism Planning in Historic Districts Attitudes Toward Tourism Development in Charleston. *Journal of American Planning Association*, 69(3), 233-244.

Harrison L. C., Jayawardena, C. ve Clayton, A. (2003). Sustainable Tourism Development in the Caribbean: Practical Challenges. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5): 294-298.

Helmy, E. (2003). Towards Integration of Sustainability into Tourism Planning in Developing Countries: Egypt as a Case Study. *Current Issues in Tourism*, 7(6), 478-501.

Henderson, J. C. (2005). Planning, Changing Landscapes and Tourism in Singapore. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(2): 123-135.

Hunter, C. (1997). Sustainable Tourism as an Adaptive Paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4): 850-867.

Islam, S. M. N., Munasinghe, M. ve Clarke, M. (2003). Making Long-Term Economic Growth More Sustainable: Evaluating the Costs and Benefits. *Ecological Economics*, 47: 149-166.

İçöz, O., Var, T. ve İlhan, İ. (2002). *Turizm Planlaması*. Ankara: Turhan Kitabevi.

İrtem, E. ve Karaman, E. (2004). Edremit Küçükkuşu Arasındaki Turizm Faaliyetlerinin Kıyı Alanlarına Etkisi ve Önerilen Yönetim Programı. *İtÜdergisi/d Mühendislik*, 3(1) Şubat 3-14.

İncekara, A. (2001). *Anadolu'da Yeni Turizm Olanakları ve Bölgesel Kalkınmadaki Yeri*. İstanbul, İstanbul Ticaret Odası Yayınları No.2001-28.

İslamoğlu, A. H. (2008). *Pazarlama Yönetimi*, Genişletilmiş Dördüncü Baskı, İstanbul, Beta Basım.

İnce, Ş. (28 Aralık 2009). Kuzey Ege, 2011 Yılında Turizmin Cazibe Merkezi Olmak İçin Kolları Sıvadı. *Yeni Asır Gazetesi*.

http://www.yeniasir.com.tr/HayatinIcinden/2009/12/28/firtina_gemisi_yola_cikacak

(Erişim tarihi: 18 Ocak 2010).

Kahraman, N. ve Türkay, O. (2006). *Turizm ve Çevre*. İkinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

Kahraman, N. (24 Haziran 2004). Sürdürülebilir Turizm ve Türkiye. *Cumhuriyet Gazetesi*.

<http://www.arkitera.com/v1/haberler/2004/06/29/turizm.htm>

(Erişim tarihi: 18 Mart 2008).

Kahraman, N. (1994). Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Aralık: 73-77.

Karaman, E. (2003). *Edremit Küçükkuyu Arasındaki Turizm Faaliyetlerinin Kıyı Alanlarına Etkisi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Kelly, J., Haider, W., Williams, P. W. ve Englund, K. (2007). Stated Preferences of Tourists for Eco-Efficient Destination Planning Options. *Tourism Management*, 28: 377-390.

Kılıç, S. E. (2004). Türkiye’de Bölgesel Planlama ve Bölgesel Örgütlenmeye İlişkin Sorunlar. *Planlama*, 1: 67-78.

Ko, T. G. (2005). Development of A Tourism Sustainability Assesment Procedure: A Conceptual Approach. *Tourism Management*, 26: 431-445.

Kozak, N. (2008). *Turizm Pazarlaması*. Gözden Geçirilmiş İkinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

Lai, K., Li, Y. ve Feng, X. (2006). Gap Between Tourism Planning and Implementation: A Case of China. *Tourism Management*, 27: 1171-1180.

Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6): 459-475.

Liu, A. ve Wall, G. (2006). Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective. *Tourism Management*, 27: 159-170.

Mansfeld, Y. ve Jonas, A. (2006). Evaluating the Socio-Cultural Carrying Capacity of Rural Tourism Communities: A “Value Stretch” Approach. *Royal Dutch Geographical Society*, 97(5), 583-601.

Mili Güvenlik Kurulu Genel Sekreterliği Yayınları (1993). Yayın No: 2, Ankara: Levent Ofset.

Mowforth, M. ve Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability*. New York: Routledge.

Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayınları No: 228.

Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.

Oral, S. (2005). *Otel İşletmeciliği ve Verimlilik Analizleri*, Geliştirilmiş ve Gözden Geçirilmiş Beşinci Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

Özbey, F. A. *Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Turizm Kalkınması*.

<http://www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/kuresellesme.doc>

(Erişim tarihi: 16 Ekim 2008).

Pearce, D. (1989). *Tourist Development*. New York: John Wiley & Sons.

Pırnar, İ. (2006). *Doğrudan Pazarlama*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Piga, C. A. G. (2003). Territorial Planning and Tourism Development Plan. *Annals of Tourism Research*, 30(4): 386-905.

Pill, C. (1996). Sürdürülebilir Turizm Planlamasına Genel Bakış. *Türkiye'de 19. Dünya Şehircilik Günü Kolokyumu* (ss. 57-60). Editör Mehmet Çubuk. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Şehir ve Bölge Planlama Bölümü Yayını.

Priskin, J. (2003). Issues and Opportunities in Planning and Managing Nature-Based Tourism in the Central Coast Region of Western Australia. *Australian Geographical Studies*, 41(3): 270-286.

Rammel, C., Jeroen C. J. M. ve Van Den, B. (2003). Evolutionary Policies for Sustainable Development: Adaptive Flexibility and Risk Minimising. *Ecological Economics*, 47: 121-133.

Richards, G. ve Hall, D. (2000). Tourism and Sustainable Community Development. *The Community: A Sustainable Concept in Tourism Development* (ss. 1-13). Derleyen Greg Richards ve Derek Hall. London: Routledge.

Saarinen, J. (2006). Traditions of Sustainability in Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 33(4): 1121-1140.

Salkım, M. (2007). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirme Politikaları ve Antalya Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sandiford, P. J. ve Ap, J. (1998). The Role of Ethnographic Techniques in Tourism Planning. *Journal of Travel Research*, 37: 3-11.

Scharpf, H. (1999). Sürdürülebilirlik Açısından Bölgesel ve Yerel Yönetimlerin Turizm Politikasındaki Görevleri. *21. Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları* (ss. 17-24). Derleyen Semra Atabay. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi.

Schively C. (2008). Sustainable Development as a Policy Guide: An Application to Affordable Housing in Island Communities. *Environment, Development and Sustainability*. 10(6): 769-786.

Sezgin, M. ve Kalaman, A. (2008). Turistik Destinasyon Çerçevesinde Sürdürülebilir Turizm Yönetimi ve Pazarlaması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19: 429-437.

Sibel Akpınar “Türkiye’nin Turizm Merkezlerinde Ekoturizm Yaklaşımları”

http://www.geocities.com/ceteris_tr/s_akpinar.doc

(Erişim tarihi: 7 Mayıs 2009).

Simon, F. J. G., Narangajavana, Y. ve Marques, D. P. (2004) Carrying Capacity in the Tourism Industry: A Case Study of Hengistbury Head. *Tourism Management*, 25: 275-283.

Sinclair, D. ve Jayawardena, C. (2003). The Development of Sustainable Tourism in the Guianas. *International Journal of Contemporary Hospital Management*, 15(7): 402-407.

Sinemillioğlu, M. O. (2009). Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma ve Türkiye Süreci. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 245-268.

Sürücü, F. (1999). Turizm Sektöründe Ülkemizin Genel Politikaları. 21. *Yüzyılda Sürdürülebilir Turizm Politikaları* (ss. 25-32). Derleyen Semra Atabay. İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi Basım-Yayın Merkezi.

Tek, Ö. B. (1999). *Pazarlama İlkeleri*. İstanbul: Beta Yayınları.

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

Tsaur, S. H., Lin Y. C. ve Lin, J. H. (2006). Evaluating Ecotourism Sustainability From the Integrated Perspective of Resource, Community and Tourism. *Tourism Management*, 27: 640-653.

Tuna, M. (2007). *Turizm, Çevre ve Toplum*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Tunçer, M. (16-19 Kasım 2005). *Burdur'da Doğal ve Kültürel Çevrenin Korunması Sürdürülebilirlik; Eko-Turizm; Kültürel Miras Turizmi Bağlamında Politika Önerileri, Ürdün Örneği*.

<http://dergi.bayindirlik.gov.tr/ocakdergi/BurdurBildiri.pdf>

(Erişim tarihi: 18 Mart 2008).

Türemez, Y. ve Kalpaklıoğlu, N. Ü. (2008). Bozcaada'da Turistik Ürün Geliştirme ve Çeşitlendirme Üzerine Bir Çalışma. *Bozcaada Değerleri Sempozyumu Bildiri Kitapçığı*, 56-69.

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük (1998). Dokuzuncu Baskı, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları: 549, 2. Cilt.

Uçkun, G. ve Türkay, O. *Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği*.

http://www.cmyo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONY/web/UCKUN_TURKA

Y.doc

(Erişim tarihi: 10 Ekim 2008).

Usal, A. ve Oral, S. (2001). *Turizm Pazarlaması*. İzmir: Kanyılmaz Matbaası.

Usta, Ö. (2008). *Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Usta, Ö. (2002). *Genel Turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.

Ünüsan, Ç. ve Sezgin, M. (2005). *Turizmde Strateji Eksenli Pazarlama İletişimi*. Konya: Nüve Kültür Merkezi Yayınları.

Vernon, J., Essex, S., Pinter, D. ve Curry, K. (2005). Collaborative Policymaking Local Sustainable Projects. *Annals of Tourism Research*, 32(2): 325-345.

Vliamos, S. J. (2006). Regional Development, Environment and the Tourist Product. *Tourism and Regional Development* (ss. 281-302). Derleyen Maria Giaoutzi ve Peter Nijkamp. England: Ashgate Publishing Ltd.

Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yavuz, E. ve Yiğindere, Y. Ö. (2000). Sürdürülebilir Kalkınmanın Turizm Etkisi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3,(4): 322-336.

Yıldırım, H. (2007). *Turizm Hukuk ve Mevzuatı*. Derleyen Hüseyin Yıldırım. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yıldız, Z. ve Kalağan, G. (2008). Alternatif Turizm Kavramı ve Çevresel Etkileri. *Yerel Siyaset Aylık Bilimsel Siyasi Dergi*, 35: 42-44.

Yuksel, F., Bramwell, B. ve Yuksel, A. (1999). Stakeholder Interviews and Tourism Planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism Management*, 20: 351-360.

Yükselen, C. (2008). *Pazarlama*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Zhang, Q. H., Chong, K. ve Jenkins, C. L. (2002). Tourism Policy Implementation in Mainland China: An Enterprise Perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 14(1), 38-42.

Wheeler, S. M. (2004). *Planning for Sustainability*. London: Routledge.

WTO (A World Tourism Organization Publication -UNWTO- developed with the assistance of WTO Consultant Edward Inskeep) (1994). *National and Regional Planning*. California: Thomson Learning.

http://oteller.balikesir.gen.tr/img_turizm/haritalar/ayvalik.jpg

(Erişim tarihi: 8 Mart 2010).

<http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=m%c3%bccavir%20alan>

(Erişim tarihi: 21 Şubat 2010).

<http://www.insaatmuhendisligi.net/index.php?topic=4562.0>

(Erişim tarihi: 18 Ocak 2010).

<http://www.kultur.gov.tr/TR/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF20F60137B44E34F591C5B747978912DF>

(Erişim tarihi: 18 Ocak 2010).

Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Zirvesi Türkiye Ulusal Raporu (Taslak)

<http://www.tobb.org.tr/organizasyon/sanayi/kalitecevre/4.pdf>

(Erişim tarihi: 12 Ocak 2010)

http://www.altinoluk.bel.tr/index.php?modul=9_1&lang=tr&ID=211&pID=1

(Erişim tarihi: 8 Ocak 2010).

http://www.altinoluk.bel.tr/index.php?modul=9_1&lang=tr&ID=130&pID=3

(Erişim tarihi: 8 Ocak 2010).

http://www.altinoluk.bel.tr/index.php?modul=4_1

(Erişim tarihi: 8 Ocak 2010).

http://www.altinoluk.bel.tr/index.php?modul=4_2

(Erişim tarihi: 8 Ocak 2010).

http://www.istatistikanaliz.com/ki-kare_analiz_testi.asp

(Erişim tarihi: 6 Ocak 2010).

<http://www.altinolukbelgesi.com/altinoluk-tarihcesi.html>

(Erişim tarihi: 4 Ocak 2010).

<http://www.altinolukbelgesi.com/gezilecek-yerler/20-sahinderesi-kanyonu.html>

(Erişim tarihi: 4 Ocak 2010).

<http://www.altinoluksahintepesi.com/altinoluk.html>

(Erişim tarihi: 4 Ocak 2010).

<http://www.balikesirkulturturizm.gov.tr/Genel/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFFDAD6ED77DDF5AE29010A7E0316D15F82>

(Erişim tarihi: 4 Ocak 2010).

<http://www.tarihiKentlerBirliđi.org/icerik/icerik.asp?ID=52>

(Erişim tarihi: 29 Aralık 2009).

http://balikesir-edremit.gov.tr/edremit_ulasim.htm

(Erişim tarihi: 17 Aralık 2009).

http://balikesir-edremit.gov.tr/edremit_nufus.htm

(Erişim tarihi: 17 Aralık 2009).

<http://www.dhmi.gov.tr/dosyalar/limanvemeydanlar/korfez/korfez.asp>

(Erişim tarihi: 17 Aralık 2009).

<http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=belde>

(Erişim tarihi: 17 Aralık 2009).

<http://www.tdk.gov.tr/TR/Genel/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=derbent%C3%A7i>

(Erişim tarihi: 17 Aralık 2009).

<http://arsiv.ntvmsnbc.com/news/126647.asp> 25 Aralık 2001 tarihli

(Erişim tarihi: 17 Aralık 2009).

<http://www.kgm.gov.tr/ilce2.asp>

(Erişim tarihi: 12 Kasım 2009).

<http://www.kazdaglari.com/yeri/yeri.html>

(Erişim tarihi: 1 Ekim 2009).

<http://www.kazdaglari.com/bitkiler/bitkiler.html>

(Erişim tarihi: 1 Ekim 2009).

<http://www.kazdaglari.com/kultur/gecmis/gecmis.html>

(Erişim tarihi: 1 Ekim 2009).

<http://www.altinoluk.bel.tr/index.php?modul=5>

(Erişim tarihi: 1 Ekim 2009).

<http://www.tdk.gov.tr/TR/SozBul.aspx?F6E10F8892433CFFAAF6AA849816B2EF4376734BED947CDE&Kelime=politika>

(Erişim tarihi: 6 Temmuz 2009).

<http://www.dpt.gov.tr/Portal.aspx?PortalRef=3>

(Erişim tarihi: 1 Haziran 2009).

<http://www.tbmm.gov.tr/Anayasa.htm>

(Erişim tarihi: 9 Mart 2009).

<http://www.cevreorman.gov.tr/yasa/k/2872.doc>

(Erişim tarihi: 9 Mart 2009).

<http://www.anlambilim.net/toplumsal-cevre-nedir-118569.htm>

(Erişim tarihi: 1 Mart 2009).

<http://www.cevreorman.gov.tr/yasa/y/26939.doc>

(Erişim tarihi: 26 şubat 2009).

Sustainable Policy and Guide

http://www.eeagrants.org/asset/341/1/341_1.pdf

(Erişim tarihi: 3 Aralık 2008).

<http://www.akdeniz.edu.tr/muhfak/cevre/coastlearn-r/tourism/con-tourism.htm>

(Erişim tarihi: 23 Kasım 2008).

Sürdürülebilir Kalkınma Dünya Zirvesi Türkiye Ulusal Raporu (Taslak).

<http://www.tobb.org.tr/organizasyon/sanayi/kalitecevre/12.pdf>

(Erişim tarihi: 27 Ekim 2008).

Seminar on Policies, Strategies and Tools for Sustainable Tourism Development. Almata, Kazakistan (26 Nisan 2006).

<http://www.unwto.org/sdt/fields/en/policy.php?op=2&subop=1>

(Erişim tarihi: 13 Ekim 2008).

Our Common Future, Chapter 2: Towards Sustainable Development.

<http://www.un-documents.net/ocf-02.htm>

(Erişim tarihi: 10 Mart 2008).

EKLER

EK 1: Yerli Turiste Yönelik Anket Formu

Yerli Turiste Yönelik Anket Formu

Değerli Katılımcı,

Elinizdeki anket, Balıkesir Altınoluk bölgesinde, sürdürülebilir turizm kapsamında bölgesel planlamaya ve turistik ürün oluşturmaya yöneliktir. Sorulara vereceğiniz yanıtlar, Dokuz Eylül Üniversitesi'nde yürütülmekte olan bir doktora tezi için kullanılacak olup, kesinlikle gizli tutulacaktır.

Soruların cevaplanması sırasında size uygun seçeneklerin yanına (X) işaretinin konulması yeterli olacaktır. Cevap şıklarının sıralanmasının istendiği sorularda ise, şıkların yanındaki () işaretinin içine rakamların yazılması uygun olacaktır. Değerli vaktinizi ayırarak bu çalışmaya yaptığınız katkılar için şimdiden teşekkür eder, saygılar sunarız.

Prof. Dr. Öcal USTA
Arş. Gör. Şefik Okan MERCAN
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ

Demografik Sorular

1.) Geldiğiniz ili/ülkeyi belirtiniz.

2.) Yaşınızı belirtiniz.

() 25'in altı () 25-34 () 35-44 () 45-54 () 55-64 () 65 ve üstü

3.) Cinsiyetinizi belirtiniz. () Kadın () Erkek

4.) Mesleğinizi belirtiniz.

() Memur () Emekli () İşçi () Serbest meslek

() Özel sektör () Öğrenci () Çalışmıyor () Diğer

5.) Eğitim durumunuzu belirtiniz.

() İlköğretim () Lise () Üniversite () Yüksek lisans () Doktora

6.) Aylık ortalama gelirinizi belirtiniz.

() Gelirim yok () 1-1000 TL () 1001-2000 TL

() 2001-3000 TL () 3001 TL ve üstü

Bölgeve Gelişle İlgili Sorular

7.) Tatile kiminle çıktığınızı belirtiniz.

- Yalnız Ailemle Çocuklarımla
 Arkadaşım/Arkadaşlarımla Diğer

8.) Burada kaç gün kalacağınızı belirtiniz.

- Günübürlük 1-3 4-7 8-10
 11-14 15-30 31-60 61gün ve üstü

9.) Konaklama konusunda aşağıdakilerden hangisini tercih ettiğinizi belirtiniz.

- Otel/motel Pansiyon Kamping Yazlık kiralama
 Kendi yazlığım Akraba yanı Diğer

10.) Bölgeye nasıl geldiniz?

- Seyahat acentesiyle Bağımsız olarak

11.) Bölgeye geliştteki en önemli amacınız nedir?

- Tatil (deniz-güneş-kum) İş Sağlık
 Doğal ve kültürel çekicilikler Diğer

12.) Bölgeye kaçınıcı gelişiniz?

- 1-3 4-6 7 ve üstü

13.) Bölgeyi tercih etmenizde bölgenin hangi özelliklerinin etkili olduğunu önem derecesine göre (1'den 5'e kadar) sıralayınız.

- Tarihi ve kültürel yapısı Deniz-güneş-kum üçlüsü Ulaşım kolaylığı
 Havası ve suyu Maliyeti Diğer

Bölgesel Planlamaya ve Turistik Ürünlere Yönelik Sorular

14.) Bölgede aşağıdaki etkinliklerden hangisine/hangilerine katıldınız ve katılacaksınız (birden fazla şık işaretlenebilir)?

- Kamp kurmak
 Yöresel yemekleri tatmak
 Kazdağı Milli Parkı'nı ziyaret etmek
 Kültürel ve tarihi miras yerlerini görmek
 Doğa sporu etkinliklerine katılmak (yürüyüş, yüzme, dağcılık, safari v.b.)
 Bölgesel kültürel etkinliklere katılmak (festival, konser, konferans v.b.)

15.) Tatiliniz süresince sizi en çok memnun eden hususları önem derecesine göre (1'den 7' ye kadar) sıralayınız.

- Uygun konaklama olanakları
 Bölgenin iklimi
 Alışveriş olanakları (köylü pazarı gibi)
 Bölgenin denizi
 Bölge halkının konukseverliği
 Çevre ve doğayla ilgili etkinliklerin bulunması
 Tatilin maliyeti
 Diğer

16.) Tatiliniz süresince sizi en çok rahatsız eden hususları önem derecesine göre (1'den 5'e kadar) sıralayınız.

- Aşırı kalabalık
 Trafik sıkışıklığı ve park sorunu
 Belediye hizmetlerinde yetersizlik (çöp, atık v.s.)
 Denizin ve kumsalların kirliliği
 Plansız yapılaşma
 Diğer

17.) Sizce bölgenin ulaşım sistemi yeterli midir?

Evet Hayır

18.) Sizce bölgenin pis/temiz su sistemi artan kullanıma cevap verebilmekte midir?

Evet Hayır

19.) Sizce bölgenin iletişim sistemi artan kullanıma cevap verebilmekte midir?

Evet Hayır

20.) Sizce bölgedeki sağlık hizmetleri yeterli midir?

Evet Hayır

21.) Sizce bölgedeki konaklama olanakları yeterli midir?

Evet Hayır

22.) Sizce bölgedeki eğlence olanakları yeterli midir?

Evet Hayır

*** Ekleme istediğiniz bir konu varsa lütfen belirtiniz.**

.....
.....
.....

EK 2: Edremit Körfezi ve Çevresini Gösteren Harita



http://oteller.balikesir.gen.tr/img_turizm/haritalar/ayvalik.jpg