

**T.C**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**EKOTURİZMİN TURİSTİN GENEL AMAÇLARI VE TURİZM  
SEKTÖRÜ İÇERİSİNDEKİ KONUMU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hatice OKTAY**

**Balıkesir, 2019**

**T.C**  
**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**EKOTURİZMİN TURİSTİN GENEL AMAÇLARI VE TURİZM  
SEKTÖRÜ İÇERİSİNDEKİ KONUMU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hatice OKTAY**

**Tez Danışmanı**

**Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ**

**Balıkesir, 2019**

T.C.  
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 201612501027 numaralı Hatice Oktay'ın hazırladığı "Ekoturizmin Turistin Genel Amaçları ve Turizm Sektörü İçerisindeki Konumu Üzerine Bir Araştırma" konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 12/04/2019 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ/ÖYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

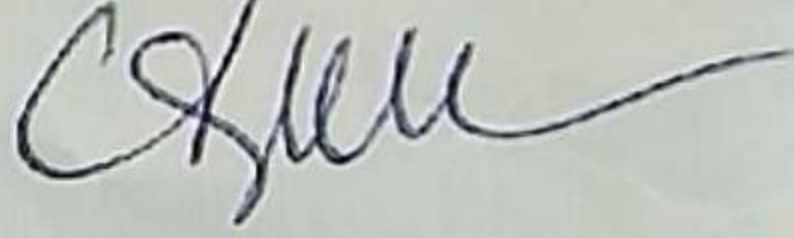
Başkan  
Prof. Dr. Ali Kemal Gürbüz



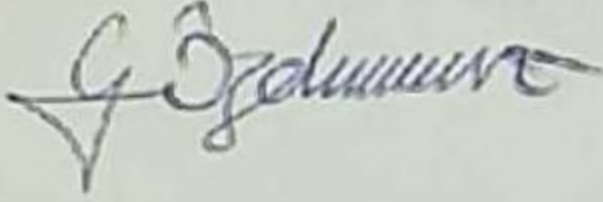
Üye (Danışman)  
Prof. Dr. Ali Kemal Gürbüz



Üye  
Doç Dr. Hüseyin Çeken



Üye  
Dr. Öğr. Üyesi Gülşay Özdemir Yılmaz



Üye

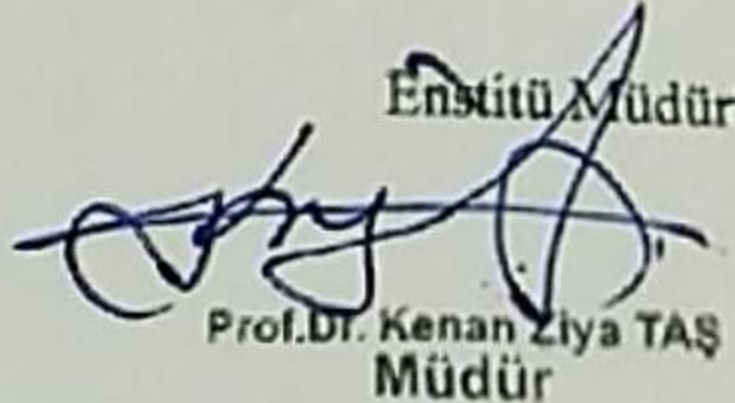
Üye

Üye

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

18.04.2019

Enstitü Müdürü



Prof. Dr. Kenan Ziya TAŞ  
Müdür

## ÖNSÖZ

Çalışmanın hazırlama sürecinde bana yardımcı olan, her zaman alçakgönüllü ve yardımsever bir tavır sergileyen değerli tez danışmanım Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ' e, teşekkür ederim.

Tez çalışmam süresince her karamsarlığa düştüğümde olumlu düşünceleriyle beni aydınlığa çıkaran, motivasyon kaynağım, ablam Hülya SADIK YILMAZ ve eşi Ayhan YILMAZ'A, arkadaşlarım Hülya Hayriye HALİTOĞULLARI, Olcay GÜDEK' E teşekkür ederim.

Tezin uygulamasında büyük destekleri olan ve beni çiftliğinde konuk eden Pastoral Vadi Yaşam Çiftliği işletmecisi Ahmet KİZEN' e ve çalışmamın her aşamasında beni yalnız bırakmayan değerlim Metin TAVAZ' a teşekkür ederim.

Son olarak, beni bugünlere getiren, dualarını her daim üstümde hissettiğim sevgili annem Yeter OKTAY ve babam İsa OKTAY' a, kardeşlerime sonsuz teşekkür ederim. İyi ki varsınız.

**Balıkesir, 2019**

**Hatice Oktay**

## ÖZET

### EKOTURİZMİN TURİSTİN GENEL AMAÇLARI VE TURİZM SEKTÖRÜ İÇERİSİNDEKİ KONUMU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

OKTAY, Hatice

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ

2019, 99 Sayfa

Bu çalışmada esas olarak, ekoturizmin varlığının kitle turizminin varlığından ne derece bağımsız olduğu araştırılmaktadır. Bunun yanısıra, ekoturizmin, turistin genel olarak seyahat deneyiminden beklediği yararların daha etkin bir şekilde gerçekleşmesi gibi bir anlam içerip içermediği araştırılmaktadır. Bu iki konunun birbiriyle ilişkisinin ortaya konulması da çalışmanın amaçları arasındadır.

Literatürde bu konuyla ilgili birçok ipucu bulunmaktadır ve bunlardan yararlanılmıştır. Fakat bununla yetinilmeyip, araştırma, bir eko-köydeki anket ve işletme görüşmesi uygulamalarıyla da desteklenmeye çalışılmıştır.

Bulgular göstermektedir ki, ekoturizmin kitle turizmine nisbî bir bağımlılığı olmakla birlikte, ekoturizmin “büyük ölçüde bağımsız” bir turizm biçimi sayılmalıdır. Turistin genel olarak seyahat deneyiminden beklediği yararların daha etkin bir şekilde gerçekleşmesine hizmet etme derecesi açısından ise ekoturizm kitle turizminden, daha iyi bir durumda olmakla birlikte bu farklılığın çok fazla olduğu söylenemez.

**Anahtar Kelimeler:** *Ekoturizm, Turizm, Turistik Deneyim, Kümelenme Teorisi, Turistik Talep, Fiyat Elastikiyeti.*

## **ABSTRACT**

### **A RESEARCH ON THE LOCATION OF ECOTOURISM in THE GENERAL OBJECTIVES OF THE TOURIST AND THE TOURISM SECTOR**

**OKTAY, Hatice**

**Master Thesis, Department Of Tourism Management**

**Advisor: Prof. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ**

**2019, 99 Pages**

The aim of this study is to determine the extent to which the existence of ecotourism is independent from the presence of mass tourism. In addition, ecotourism is explored as to whether the tourist expects to be more effective than the travel experience in general. The aim of this study is to reveal the relationship between these two issues.

There are many clues on the subject in the literature and these have been utilized. However, this research has been tried to be supported by survey and business negotiation practices in an eco-village.

The findings show that although ecotourism has a relative dependence on mass tourism, ecotourism should be considered a largely independent, form of tourism. Ecotourism is in a better position than mass tourism in terms of the degree to which the tourist generally serves the more effective way of the benefits expected from the travel experience, but this difference is not too much.

***Key Words:*** *Ecotourism, Tourism, Touristic Experience, Cluster Theory, Touristic Demand, Price Elasticity.*

Canım Anneme...

## İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ.....	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT .....	v
İÇİNDEKİLER .....	vi
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
HARİTALAR LİSTESİ.....	xi
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
1.1. Amaç .....	1
1.2. Yöntem.....	3
<b>2. EKOTURİZMİN KAVRAMSAL ANALİZİ.....</b>	<b>5</b>
2.1. Genel Olarak Ekoturizm Kavramı .....	5
2.1.1. Ekoturizmin Tanımı .....	5
2.1.2. Ekoturizmin Amaçları.....	8
2.1.3. Ekoturizmin İlkeleri .....	9
2.1.4. Ekoturizmin Etkileri.....	10
2.1.4.1. Ekoturizmin Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri.....	11
2.1.4.2. Ekoturizmin Sosyal Çevre Üzerindeki Etkileri.....	12
2.1.4.3. Ekoturizmin Ekonomik Çevre Üzerindeki Etkileri.....	13
2.2. Ekoturizmin Hacmi Ve Diğer Turizm Türleriyle İlişkisi.....	14
2.2.1. Ekoturizmin Dünya Turizmi İçerisindeki Hacimsel Önemi Ve Büyüme Hızı .....	14
2.2.2. Genel Olarak Turizmin Çeşitlilik Açısından Sınıflandırılması .....	15
2.2.3. “Ekoturizm” Kavramına Nispeten Daha Yakın Sayılabilecek Bazı Genel Turizm Kavram Ve Sınıflandırmaları .....	17
2.2.4. “Ekoturizm” İn Genel Turizm Kavram Ve Sınıflandırmaları İçerisindeki Konumu Üzerine Bir Değerlendirme .....	21



2.3. Eko-Turizmin Diğer Turizm Kavramlarıyla İlişkisi Üzerinde Durulmaksızın, Eko-Turizmin Kendi İçerisinde Yapılan Bazı “Pür Eko-Turistik” Sınıflandırmalar .....	22
2.3.1. Öğrenmeye Dayalı Aktiviteler .....	22
2.3.2. Eğlenmeye Dayalı Aktiviteler.....	24
2.3.3. Dinlenmeye Dayalı Aktiviteler .....	26
2.4. Ekoturizmin Kendi İçerisindeki Çeşitliliğinin Çalışmaya Etkisi .....	27
<b>3.EKOTURİZMİN “KÜMELENME”, “TURİSTİK DENEYİM” VE “TALEP ESNEKLİĞİ” KAVRAMLARI IŞIĞINDA DEĞERLENDİRİLMESİ.....</b>	<b>28</b>
3.1. Turistik Seyahatin Derinde Yatan Amaçları ve Özellikleri Üzerine Bir Değerlendirme.....	28
3.2. “Kümelenme Teorisi” Işığında Ekoturizme Bakış.....	30
3.2.1. “Kümelenme” Kavramı.....	30
3.2.2. Kümelenmenin Firmalar ve Bölgeler Açısından Avantajları .....	31
3.2.3. Turizm Kümelenmeleri .....	34
3.2.4. Turistik Destinasyonlarda Birden Fazla Çekiciliğin Bulunabilmesi Olgusu ve Kümelenme.....	37
3.2.5. Ekoturizm İşletmelerinin Türkiye’deki Coğrafi Dağılımı, “Ulaşılabilirlik” Kavramı ve Kümelenme.....	40
3.2.6. Ara Sonuç: Ekoturizmin Yorumlanması Açısından, “Kümelenme” Kavramının Beraberinde Getirdiği Çağrışımlar .....	43
3.3. Ekoturizm Olgusuna “Turistik Deneyim” Kavramı Açısından Bakış .....	45
3.3.1. Genel Olarak “Turistik Deneyim” Kavramı .....	45
3.3.2. Turistik Deneyimin Çeşitleri ve Ekoturizmle İlişkileri.....	48
3.3.2.1. “Yüksek Deneyim” ile “Destekleyici Deneyim” Kavramları ve Ekoturizm.....	51
3.3.2.2. “Ön Bölge” ile “Arka Bölge” Kavramları ve Ekoturizm.....	52
3.3.3. Ara Sonuç: Ekoturizmin Genel Turizm İçerisindeki Konumu .....	53
3.4. “Turistik Talebin Fiyat Elastikiyeti (Esnekliği)” Kavramı Işığında Ekoturizmle Bakış .....	55
3.4.1. Genel Olarak Herhangi Bir Ürünün Talebinin Fiyat Esnekliği .....	55
3.4.2 Herhangi Bir Malın Talebinin Fiyat Esnekliğini Belirleyen Faktörler .....	56
3.4.3. Talebin Çapraz Fiyat Elastikiyeti.....	57
3.4.4. Turistik Talebin Fiyat Elastikiyeti .....	58

3.4.5. Ara Sonuç: Turistik Talebin Fiyat Elastikiyeti Hakkındaki Olguların İşaret Ettiği İpuçları ve Ekoturizm .....	59
<b>4. BİR EKO-KÖYDE İŞLETME GÖRÜŞMESİ VE ANKET UYGULAMASI</b>	<b>61</b>
4.1. Amaç ve Yöntem.....	61
4.2. Anket Soruları .....	63
4.3. İşletme Görüşmesi Özeti .....	66
4.4. Bulguların Değerlendirilmesi.....	69
4.4.1. Anketin Değerlendirilmesi .....	69
4.4.2. İşletme Görüşmesi Bulguları ve Yorumları .....	86
<b>5. SONUÇ</b> .....	<b>89</b>
<b>KAYNAKÇA</b> .....	<b>95</b>

## **ÇİZELGELER LİSTESİ:**

<b>Çizelge 1. Ekoturizmle İlgili Bazı Tanımlar .....</b>	<b>6</b>
<b>Çizelge 2: Ekoturizmin Potansiyel Etkileri .....</b>	<b>11</b>
<b>Çizelge 3: Dünyadan ve Türkiye'den Kümelenme Örnekleri.....</b>	<b>31</b>
<b>Çizelge 4: “Deneyimsel Değer Hiyerarşisi”nin Boyutları .....</b>	<b>49</b>

## **ŞEKİLLER LİSTESİ:**

<b>Şekil 1: Ekoturizmin Diğer Turizm Tipleri Arasındaki Yeri .....</b>	<b>20</b>
<b>Şekil 2: Ekoturizmin Aktivitelerinin Sınıflandırılması .....</b>	<b>22</b>
<b>Şekil 3: Turizmde Kümelenme Modeli .....</b>	<b>36</b>

## **HARİTALAR LİSTESİ:**

<b>Harita 1: Türkiye'deki Ekoturizm İşletmelerinin Dağılımı.....</b>	<b>40</b>
--	-----------

# GİRİŞ

## 1.1.Amaç

Ekoturizm günümüzde giderek daha fazla önem kazanan bir turizm biçimidir. Bunun yanısıra ekoturizmin, turizmin sürdürülebilirlik ilkeleri ile çok daha uyumlu olduğu genellikle kabul edilmektedir.

Bu çalışmada esas olarak, ekoturizmin kitle turizminden tamamen bağımsız olarak var olabilen bir turizm çeşidi olup olmadığı veya bu bağımsızlığın derecesi araştırılacaktır.

Çalışmanın bu amacıyla sıkı bir biçimde ilişkili bulunan ikincil bir amaç ise, turistin genel olarak “turistik orijinal bir deneyim yaşama” arzusuna ekoturizmin çok daha güçlü bir biçimde hizmet edip etmediğini, bir başka deyişle, ekoturizmle yaşanan turistik deneyimin kitle turizmindeki orijinal deneyimle farkının derecesini ortaya koymaktır.

Çalışmanın esas amacı, ekoturizmin kitle turizminden ne derece bağımsız olduğunu ortaya koymak olmakla birlikte, bunun nereden aklımıza geldiğini ya da - bir başka deyişle- bununla ne demek istediğimizi biraz açmamız gereklidir:

Kitle turizminin sıkça dile getirilen -mâlum- sakıncaları “alternatif turizm” kavramının doğmasına sebep olmuştur. “Alternatif” kelimesi, “ötekinin yerine bu benimsetilip sevdirelsin” gibi bir anlam çağrıştırmaktadır. Ne var ki, acaba kitle turizmi olmasaydı ekoturizm bugünkü ölçeğinde var olabilir miydi? sorusu da hemen beraberinde gündeme gelmektedir.

Ekoturizmin gerçekten de bağımsız bir turizm çeşidi olup olmadığını sormak için haklı sebepler bulunmaktadır.

Bunlardan birisi ekoturizm işletmelerinin coğrafi dağılımıdır. Coğrafi dağılıma baktığımızda, ekoturizm işletmelerinin bulunduğu yerlerin, aynı zamanda kitle turizminin de bulunduğu destinasyonlara yakın yerler olduğu göze çarpmaktadır.

İkinci ipucu “kümelenme teorisi” olarak isimlendirilen bir grup teorisinin varlığıdır. Hatta “turizm kümelenmesi” terimi de literatürde kendine belirli bir yer edinmiştir. Kümelenme teorisinde aynı faaliyet koluyla ilişkisi bulunan farklı tür

işletmelerin coğrafi olarak birlikte bulunmasının avantajları sıralanmaktadır. Bu da ekoturizmin de aslında kitle turizminin varlığı sayesinde ve onun bir uzantısı olarak gelişmiş olabileceği ihtimalini akla getirmektedir.

Ekoturizmin bağımsız bir turizm tipi olup olmadığı tartişmasının bir başka boyutu, bu turizm tipine sıkı sıkıya bağlı olan ve turizmin onlar için anlamı ekoturizmden ibaret olan bir turist segmentinin var olup olmadığıdır. Böyle bir kesimin varlığından şüphede duyulmasını gerektiren bir sebep, turistik talebin fiyat elastikiyetinin yüksek olduğu yolundaki görüşlerin varlığıdır. Literatürde genellikle savunulmaktadır ki, “turistik talep fiyat karşısında hem genel olarak, hem de destinasyonlar arasında elastiktir”. Destinasyonlar arasındaki elastikiyete literatürde “apraz elastikiyet” denilmektedir. Bir ürünün fiyatında değişme olduğunda, buna yönelen talebin önemli bir kısmı kolayca başka bir ürüne (ya da başka ürünlere) ynelebiliyorsa, (apraz elastikiyet katsayısı 1’den büyük ise) bu iki ürünün birbirini ikme eden ürünler olduğu anlaşılır ve bu iki ürün arasında çapraz elastikiyetin yüksek olduğu söylenir. Destinasyonlar birbirinden farklı olduğu halde çapraz elastikiyet yüksek ise, bu durum her tip destinasyonun turist açısından birbirinin yerini tutabileceği anlamına gelir. Turizm literatüründe bu çapraz elastikiyetin ancak birbirine çok benzeyen destinasyonlar ya da benzer turizm biçimleri için söz konusu olduğuna dair bir görüşe rastlanılmamaktadır. Buna göre turist açısından bir deniz-kum-güneş merkezinin bir ekoturizm merkezinin yerini tutabileceği de düşünülebilir. “Her destinasyon birbirini ikame edemeseydi, turistik talebin destinasyonlar arasındaki çapraz elastikiyetinin yüksek olduğundan da herhalde kolay kolay söz edilemezdi” gibi bir mantıktan hareketle, ekoturizme sıkı sıkıya bağlı ayrı bir turist segmentinden de kolay kolay söz edilemeyeceği sonucuna varmak mümkündür. Fakat belki de, ekoturizm merkezleri ile ekoturizm dışındaki turizm merkezleri arasındaki çapraz talep elastikiyeti, ekoturizm merkezlerinin kendi aralarındaki çapraz fiyat elastikiyetinden daha dşktir. Eğer yle ise, ekoturizmin yine de nisbî bir bağımsızlığı var demektir. Öyle olup olmadığı, çalışmamızda dolaylı bir yöntemle araştırılmaktadır.

Genel olarak turistin seyahatten beklentisi, orijinal bir “turistik deneyim” yaşamaktır. Bir açıdan, turizmin “ekoturizm” biçiminin almasının bu amaca daha uygun olduğu düşünülebilir. Ama yle olup olmadığına peşin olarak karar verilmesi doğru olmaz. Bu nedenledir ki, çalışmamızda araştırılacak olan konulardan birisi de

budur. Ekoturizmde yaşanan turistik deneyimin kitle turizmindekinden çok fazla farklı olmadığına saptanması halinde, ekoturizmin güçlü bir “alternatif” olduğu hakkındaki görüş zayıflamış olur. Bu aynı zamanda, ekoturizmin “bağımsızlık” özelliğinin de belirgin olmaması anlamında yorumlanabilir.

## 1.2. Yöntem

“Ekoturizm” aslında -ikinci bölümde de görüleceği gibi- kendi içerisinde geniş bir kavramdır. Doğaya veya doğal ortama biraz daha yakınlık içeren her türlü turizm faaliyeti “ekoturizm” olarak adlandırılabilir. Ekoturizmin oldukça çeşitli biçimleri bulunmaktadır. Hatta bunlar arasında “ekolojik tipte” bir konaklama gerektirenler bulunduğu gibi, ekolojik tipte bir konaklama gerektirmeyenler de bulunabilir. Ve aslında yukarıda belirtilen ana hipotezi ekoturizmin her bir biçimi için ayrı ayrı yapmak gerekebilir. Bu gerekçeyle, çalışma bir eko-köyde konaklamayı içeren biçimde yapılan bir tür ekoturizmle sınırlandırılmıştır. Şüphesiz ki, her bilimsel çalışmanın amacı bazı genellemeler üretmektir. Bu çalışmada da bu yapılmaya çalışılmıştır. Fakat okuyucunun ulaşılan genellemelerin sözkonusu ekoturizm biçiminin kendi içerisindeki genellemeler olduğunu akıldan çıkarmaması gerekmektedir.

Çalışmanın ana gövdesi İkinci Bölüm, Üçüncü Bölüm ve Dördüncü Bölüm olmak üzere üç adet ana bölümden oluşmaktadır. İkinci Bölüm ile Üçüncü Bölüm, literatür bilgilerini ve bu bilgilerin konu açısından işaret ettiği ipuçlarını kapsamaktadır. Fakat sonuçlara varmak için bunlarla yetinmek yerine, bir anket ve işletme görüşmesi uygulamasına da gereksinim duyulmuştur. Bu nedenle çalışmanın Dördüncü Bölüm’ünde anket ve işletme görüşmesi uygulamasına yer verilmiştir.

Birinci Bölüm’de genel olarak ekoturizmin kavramsal analizi yapılmıştır. Ekoturizmin kendi içerisindeki çeşitliliğine de bu bölümde değinilmiştir.

İkinci Bölüm’ün ilk kısmında genel olarak kümelenme teorisi, turizm kümelenmesi gibi konular incelenerek, bunların çalışmanın ana konusuyla ilişkisi ortaya konulmaktadır. İkinci Bölüm’ün ikinci kısmında önce “turistik deneyim” kavramıyla, bu kavramın alt kavramları açıklanmış ve ekoturizmin turiste sağladığı orijinal deneyimin derecesi tartışılmıştır. İkinci Bölüm’ün sonlarında ise, genel olarak turistik talebin fiyat elastikiyeti ile ilgili meseleler açıklanmıştır. Daha sonra



ise ekoturistlerin kitle turizminden ne derece kopuk olup, ne derece olmadıkları konusu, bu elastikiyet konusu açısından yorumlanmaya çalışılmıştır.

Dördüncü Bölüm’de saha araştırması yapılmıştır. Bunun için, Muğla’nın Fethiye bölgesindeki tipik bir eko-köy seçilerek, burada 71 turist üzerinde bir anket çalışması ve işletme sahibiyile görüşme yapılmıştır. Anket soruları seçilirken, çalışmanın literatür araştırması kısımlarında tartışılan konularla paralellik oluşturmalarına dikkat edilmiştir. Bu bakış açısı, güvenilirliği daha önce kanıtlanmış bir başka ölçek (standart sorulardan oluşan herhangi yaygın bir anket) bulup ondan yararlanmaktan bizi alıkoymuştur. Yani anket soruları tamamen kendi akıl ve mantığımızı dayanarak oluşturulmuştur. Güvenilirliği mâlum yöntemlerle test edilebilen ölçekler, soruların hepsinin Likert tipi olduğu ve özde tek olan bir sorunun birbirine benzer birden fazla soru haline getirilerek sorulduğu ölçeklerdir. Bu çalışmada ele alınan meselelerin niteliği göz önüne alındığında, bu niteliklerle uyumlu olan bu tip bir ölçeğe rastlanılmadığı gibi, böyle bir ölçek oluşturmak da pek mümkün görünmemektedir. Bir başka deyişle, mutlaka güvenilir bir ölçek oluşturmak gibi bir endişe, tezde ele alınan ana konunun da başka tür bir konu (ya da başka tür bir yaklaşım) olmasını beraberinde getirebilir. Bu yüzden, yukarıda belirtilen ve incelemeye değer bulunan ana hipotezler üzerinde çalışmakta ısrarlı olmak konu açısından uygun bulunmuştur. Kaldı ki, anket sorularından çıkan sonuçlar bazı istatistiksel yöntemler (Z testi, t testi ve çift-nokta serili korelasyon anlamlılık analizi) yardımıyla test edilmiştir. Gerçekte, bu yöntemlerin kullanılmasını da bir çeşit “güvenilirlik analizi” olarak görmemek için bir sebep yoktur.

İşletme görüşmesinde işletmeciye sorulan soruların, ankette turistlere sorulan sorularla karşılaştırılabilir nitelikte olmalarına da genellikle dikkat edilmiştir.

## **2. EKOTURİZMİN KAVRAMSAL ANALİZİ**

### **2.1.Genel Olarak Ekoturizm Kavramı**

Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte dijitalleşen hayatlar, beton yığına dönüşen büyük metropol kentler, dünya nüfusundaki tüketici insan sayısının artması, insanların doğayla olan bağlantısını büyük ölçüde koparmıştır. Dünyanın temel ekonomik kaynaklarından biri olan turizm sektörü hem insanların bu ihtiyacına cevap verebilmek için hem de sektörün canlılığını sağlamak amacıyla turizm ürünlerini korumak ve geliştirmek zorunda (durumunda) kalmıştır. Turistik ürünlerin korunarak gelecek nesillere aktarılması ve bu ürünlerin çekiciliğini arttırmak amacıyla kitle turizmine alternatif olarak ortaya çıkan turizm çeşitlerinden biri de ekoturizmdir.

Küreselleşen dünya ile birlikte değişen turistlerin tercihlerinde ve tutumlarında birtakım değişiklikler olmuştur. İnsanlar şehrin karmaşasından uzak, doğal ve kültürel dokusu bozulmamış alanlara yönelmiş, sessiz ve huzurlu bir tatile ihtiyacının olduğunu farkına varmıştır. Bunun yanında insanların bilinç düzeylerinin de artması, şu ana kadar var olan klasik turizm çeşidinin çevreye verdiği farkına varması, doğanın korunması gerektiğinin bilinmesi turistlerin ekoturizm gibi doğa dostu turizm çeşitlerine önem vermelerine sebep olmuştur.

Bunlara ek olarak, günümüz turistlerinin, daha organik, daha yöreye özgü şeyler tanıyıp bilmek, gittikleri yörenin örf adet ve geleneklerini tanımak istemesi, yöredeki insanlarla iletişim kurmak, yöre ekonomisine katkı sağlamak amacıyla ekoturizm ve ekoturizm adı altında yapılan turizm çeşitlerine olan ilgi giderek artmıştır (Yılmaz,2008,130).

#### **2.1.1. Ekoturizmin Tanımı**

Ekoturizmin kelime anlamına bakıldığında , 'eko' ön eki ekolojik çeşitliliğini ve sürdürülebilirliğini ifade etmektedir. Bununla birlikte ekoturizm, paydaşlarının çıkarlarını koruyan ve ekonomik kalkınma boyutu da olan bir kavramdır(Tetik,2012,49).

Ekoturizm 1985 yılında Romeil tarafından literatüre katılsa bile Kanada'daki "Ulusal Ormancılık Hizmeti"nin, 1973 yılına kadar Trans-Kanada otobanında "ekotur" eğitim hizmeti kavramını kullandığı görülmektedir (Weaver,2001,2).

Buradan anlaşıldığı üzere ekoturizm, 1980li yıllardan çok önceki dönemde de hem kavram olarak hem uygulama olarak zaten yapılmaktaydı. Fakat ekoturizm yeni dönem uygulayıcılar ve akademisyenler tarafından, çevreye odaklı ve sorumlu bir turizm tipinin açıklanması için tercih edilen kelime olarak kısa zamanda benimsenmiştir. Ekoturizmin en çok kabul edilen ilk tanımı Meksikalı ekolojist Cabellos-Lascurain tarafından “yabani bitkileri ve hayvanlarıyla kısmen bozulmamış, kirletilmemiş ve kültürel değerlere (geçmişte ve günümüzde var olan) sahip doğal alanlara, doğayı, yaban hayatını ve doğal bitkisini inceleme, doğa hayranlığı, doğa görünüşünden zevk alma gibi belli amaçlarla yapılan seyahat” şeklinde ifade edilmiştir ( Erdoğan,2015,1).

Ekoturizmin ne olduğunu en iyi şekilde açıklayan belli bir tanımdan bahsetmek zordur. Çoğu zaman ekoturizmin tanımı ile özelliklerinin birbiriyle eş anlamlı olarak kullanıldığı görülmektedir. Literatürdeki çeşitli tanımları kısaca özetleyen aşağıdaki (Çizelge 1), bu durum hakkında bir fikir verebilir:

#### Çizelge 1. Ekoturizmle İlgili Bazı Tanımlar

Ceballos Lascurain (1987) (Joshi, 2011)	Ekoturizm manzarayı, vahşi hayvanları ve bitkileri keşfetmek, incelemek, zevk almak ve eğlenmek amacıyla nispeten rahatsız edilmeyen doğal alanlara seyahat etmek olarak tanımlanır.
Conservation International (Ziffer, 1989).	Ekoturizm, özelliğini yerel kültürleri de içeren doğal tarihten alan bir turizm çeşididir.
Ulusal Ekoturizm Stratejisi (1994) (Hızlı Başlangıç Kılavuzu, Bir Turizm İşletmeciliği Rehberi, 2006)	Ekoturizm, doğanın eğitimini ve doğal çevrenin yorumlanmasını içeren ve ekolojik olarak sürdürülebilir bir şekilde yönetilen doğaya dayalı bir turizmdir. Bu tanım, "doğal çevre" nin kültürel bileşenleri içerdiğini ve "ekolojik olarak sürdürülebilir" in, yerel topluma uygun bir geri dönüş ve kaynağın uzun vadeli korunmasını içerdiğini kabul eder.
McCormick, 1994	Ekoturizm, doğal kaynakların korunmasını ve yerel halka faydalı olmasını sağlayacak ekonomik fırsatlar üretirken, ekosistemin bütünlüğünü değiştirmemeye özen gösteren, çevre ve kültürü anlamak için doğal alanlara seyahat etmeyi içeren bir turizm türüdür.

**Çizelge 1 ( Devamı)**

Dünya Koruma Birliği (Brandon, 1996)	Ekoturizm, eğlenmek, ziyaretçilerin olumsuz etkisini azaltmak ve yerel halkın yararlı biçimde aktif sosyo-ekonomik katılımını sağlamak için teşvik edilen, nispeten bozulmamış doğal alanlara yapılan sorumlu ziyaretlerdir.
Honey, 1999	Ekoturizm, genellikle küçük ölçekli, kırılğan, bozulmamış ve korunan alanlara gitmektir. Bunlar, gezginin eğitimine katkı sağlar. Çevre koruma için fon ayrılmasını teşvik eder. Yerel toplulukların ekonomik kalkınması ve siyasi yetkilendirilmesine doğrudan fayda sağlar; farklı kültürlere ve insan haklarına saygıyı besler. .
Weaver, 1999	Turizm plancıları ve pazarlamacılar arasında artık yaygın olan ekoturizme olan ilgi, sektörün potansiyel ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel faydalarıyla ilgili bir dizi popüler varsayımla rasyonalize edilmektedir.
Weaver, 2001	Ekoturizm, yapıldığı doğal çevre ve barındırdığı kültürel varlıklarla beraber, öğrenme, deneyim kazanma, duygusal tatmin ve katılımcıların bu çevreye kazandırdıklarını tanımlayan bir turizm çeşididir.
Fennell,2003	Ekoturizm, öncelikle doğayı keşfetmek ve öğrenmek üzerine yoğunlaşan ve düşük etkili, uyumsuz ve yerel olarak yönlendirilmiş, etik olarak yönetilen doğal kaynak tabanlı turizmin sürdürülebilir bir formudur. Genellikle doğal alanlarda görülür ve bu alanların korunmasına katkıda bulunur.

**Kaynak: Kiper, (2013), Role of Ecotourism in Sustainable Development, Advances In Landscape Architecture. s. 31.**

Ekoturizm, sürdürülebilir turizmle sıklıkla karıştırılmaktadır. Aslında ekoturizm, sürdürülebilir turizmin alt kategorisidir ve böylece sürdürülebilirliğe katkıda bulunur. “Sürdürülebilirlik”, toplum ve üyelerinin, çevresel ve sosyo-kültürel sistemlerini sürekli olarak muhafaza ederken, aynı zamanda onların ihtiyaçlarını da karşılayabilmeleri durumunu anlatan kapsamlı bir terimdir (Higham, 2008, 33). Bu durumda “sürdürülebilir turizm” in bir yaklaşım ya da bir süreç, ekoturizmin ise bu süreçte yer alan bir turizm türü” olduğu söylenebilir (Tetik, 2012, 52).

Yukarıda belirtilen tanımlardan yola çıkarak ekoturizm “*genellikle küçük işletmelerin bulunduğu, flora ve faunasının bozulmamış olması, yerel halkın sosyo-ekonomik refahını hedefleyen, yerel kalkınmayı destekleyen, paydaşlarına eğitimler vererek doğayı tanımayı, anlamayı, yorumlamayı ve saygı duymayı öğreten, düşük ziyaretçi etkisine sahip, belirli bir taşıma kapasitesi olan, nispeten rahatsız edilmeyen doğal alanlara seyahat etmek*” olarak tanımlanabilir.

Görüldüğü gibi ekoturizmle ilgili pek çok tanım bulunmaktadır. Ekoturizmin tanımının net olmamasının kısmen ekoturistlerin seyahatten beklentilerinin çok farklı olmasından dolayı olduğu söylenebilir (Demir ve Çevirgen, 2006, 52).

### **2.1.2. Ekoturizmin Amaçları**

Günümüzde piyasa ekonomisinde ekoturizmle ilgilenen herkesin amacı ve hedefi aynı yönde değildir. Örneğin; ekoturistlerin beklentilerini karşılamayı üstlenen özel firmaların amacı kârdır. Diğer taraftan kamunun amacı kârdan farklı olabilir. “Ekoturizmin amacı” ndan söz edildiğinde özellikle kamusal amaçlar kastedilmektedir. Ekoturizm toplum açısından özellikle istenen ve teşvik edilen bir turizm çeşididir. “Ekoturizmin amaçları” kavramı aslında bunu niçin istediğimizi açıklamaya yönelik bir kavramdır.

Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımını teşvik ederek doğal alanların gelecek nesillere aktarılması, ekoturizmin en temel amaçlarından birisidir. Kitle turizminin verdiği tahribatı önlemek amacıyla geliştirilen ekoturizmde, yıl içerisinde dengeli bir turizm hareketliliği sağlamak, fauna ve flora yapısına yapılan baskıyı azaltmak, insanların doğayı istismar etmesini en aza indirmeye yönelik planlar yapmak ve uzun vadede sosyo-ekonomik çıkarları gözetmek de amaçlar arasındadır (Tetik,2012,74; Kuter ve Ünal,2009,149).

Ekoturizmin amaçları hakkında belirtilenler göz önüne alındığında bu amaçları şöyle sıralamak mümkün görünmektedir:

- Ekoturizm çevreyi tahrip etmeyen bir turizm biçimi olduğundan, bu turizm biçiminin başta gelen bir amacının çevreyi korumak ve geliştirmek olduğunu söylemek mümkündür ( Eagles,1992, 31: 3-7; WTO,2002; Kasalak,2014,58; Kuter ve Ünal,2009,150; Erdoğan,2015,5).

- Ekoturizmin ikinci bir amacı da yerel ekonomiyi geliştirmek ve bu sayede yoksulluğu ortadan kaldırmaktır ( WTO,2016 Yıllık Rapor; Kasalak,2014,59; Tetik,2012,74). Çünkü ekoturizm faaliyetleri sayesinde turistler çeşitli yollarla yerel halkın ayağına gitmiş olacak ve böylece insanlar istihdam edilmiş olacaktır.
- Ekoturizm bölge halkının ve turistlerin çevre konusunda eğitilmesine ve çevreye daha duyarlı hale gelmesine yol açmaktadır (Eagles,1992,31:3-7; Kuter ve Ünal,2009,150). Böylelikle hem yerel halkın hem de ekoturistlerin verilecek eğitimlerin de desteğiyle ekoturizmin bu amacına bir şekilde hizmet edeceği söylenebilir.

Ekoturizmin amaçlarını belirlemeye yönelik tüm bu yaklaşımların ekoturizmin gerçekte ne olduğu ve hedeflerinin ne olması gerektiği hakkında yol gösterici olduğu kanısındayız.

### **2.1.3. Ekoturizmin İlkeleri**

Ekoturizm, kendisinden bazı ekonomik ve sosyal faydalar beklenen bir turizm çeşitidir. Bu yüzden ekoturizm faaliyetlerinin etkili biçimde yürütülmesi amacıyla bir takım ilkeler ortaya konulmuştur. Bunları sırasıyla aşağıdaki gibidir:

- Doğal alanlardaki ve korunan alanlardaki sakinleri (yerel halk, flora ve fauna) minimum düzeyde rahatsız edecek yapılanmalar ( konaklama yerleri, altyapı, yollar vb.) olması (Fennell, 2005,25; Honey,2008,22; Tetik,2012,76; Altan,2006,69),
- Yerel halka ve ekoturistlere eğitimler vererek ekosistemlerin farkına varılmasını ve yöredeki her bir habitat unsurunun ekolojik dengedeki hayati rollerini benimsetmek (Altan, 2006,69),
- Ekoturizm faaliyetleri doğal alanlardaki korumayı sadece biyolojik anlamda değil, daha “geniş anlam”da maksimum seviyeye çıkarmayı amaçlamaktadır. Bu yüzden yöre halkını gelenek göreneklerine ve kültürel miraslarına sahip çıkmaları konusunda yönlendirmeyi ve teşvik etmeyi de içermektedir (Honey, 2008,22; Altan,2006,69; Fennell,2005,25).

- “Eko-destinasyon” olarak belirlenen bölgeler için kaynak ayrılması (Erdoğan,2015,5) ve yasal olarak yönetilen alanlarla diğer doğal alanların yönetimine ve korunmasına katkıda bulunulması (Tetik,2012,76).
- Hem yerel insanlar hem de özel sektör için mali yararlar yaratmak (<http://www.ecotourism.org/>). Böylece yöre halkı bulunduğu yerde çalışma fırsatı yakalarken, özel sektör de eko-tesislerin açılması hususunda yeni girişimler yapacaktır.
- Yerel halk ile ziyaretçiler arasındaki etkileşimi arttırarak ziyaretçilerin bölgede daha keyifli zaman geçirmesini sağlamak (Altan,2006,69).

Ekoturizmde sürdürülebilir bir gelişmenin sağlanabilmesi için hükümetlerin, planlama uzmanlarının ve çevresel grupların ekoturizmin planlamasında ve yönetiminde bu ilkeleri gözönüne almaları faydalı olacaktır. Söz sahibi kuruluşların koordineli ve kollektif bir biçimde çalışmaması halinde, doğal alanlar zarar görebileceği gibi, mevcut olan bir doğal alan da yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalabilir.

#### **2.1.4. Ekoturizmin Etkileri**

Kitle turizminin doğal kaynaklar üzerindeki yıkıcı etkisini azaltmak amacıyla geliştirilen ekoturizmin genellikle hiçbir olumsuz etkisinin bulunmadığı kabul edilmekle birlikte, ekoturizmin tanımına ait belirsizlikler dikkate alındığında bundan bu kadar emin olmamak gerekmektedir. Bu nedenle, doğal çevre ile doğrudan etkileşime giren bu sektörün beklenen ekonomik faydalarının elde edilebilmesi için, bu turizm türünün aynı zamanda bölgenin kültür varlıkları ve sosyal çevresi ile uyumlu olması da gerekmektedir. Aşağıdaki Çizelge 2’de ekoturizmin potansiyel ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel maliyetleriyle, faydaları özetlenmiştir.

**Çizelge 2: Ekoturizmin Potansiyel Etkileri**

	Çevresel	Ekonomik	Sosyo-kültürel
Olumlu	<ul style="list-style-type: none"><li>• Çevrenin bakımını teşvik eder.</li><li>• Ekolojik yaşam alanlarının geliştirilmesine katkıda bulunur.</li><li>• Korunan alanlarda eğitimi teşvik eder.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ekoturistler-den gelir sağlanır ve gelir artışı olur.</li><li>• Yerel istihdamın sağlanmasına yardımcı olur.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Estetik / manevi deneyimler yaratır.</li><li>• Çevre sakinleri ve ekoturistler arasında farkındalık yaratır.</li></ul>
Olumsuz	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turizm, hasara ve strese neden olur.</li><li>• Alanın finansal değerinin artması, çevresel kaynakların aşırı kullanımına yol açabilir.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sebep olduğu maliyetler vardır.</li><li>• Yabani hayvanların sebep olduğu maliyetler olabilir.</li><li>• Uygulamada masraflı bir turizm çeşididir.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yerel kültür üzerine baskı yapabilir.</li><li>• Yerel kültürü olumsuz etkileyebilir. Kültürel etki</li></ul>

**Kaynak: Environmental, Economic And Socio-Cultural Impacts, Weaver, David B. (2001). Ecotourism. (1st Edition), Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd, P. , 96-123'den yararlanılmıştır**

Aşağıda ekoturizmin yöre üzerindeki doğal, sosyal ve ekonomik etkilerini daha detaylı bir şekilde olarak incelemekte yarar vardır.

#### **2.1.4.1. Ekoturizmin Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri**

Ekoturizmin ilkelerine bakıldığında ekoturizmin temel sermayesini oluşturan doğanın sadece insan merkezli olmadığı, içerisinde pek çok bitki, hayvan ve diğer canlıları da barındırdığı görülmektedir. Bu sebeple ekoturizmin odaklandığı ilk hedef çevre, özellikle de doğal ve biyolojik kaynaklardır (bkz. Demir ve Çevirgen,2006,69).

Ekoturizm destinasyonlarında çevreye verilecek zararı minimum seviyeye indirmek için mevcut yerel yapı malzemeleri kullanılarak çevreye duyarlı



ve yöreye özgü mimari yapılar inşa edilmektedir. Bu yapılarda enerji kaynaklarının dengeli biçimde kullanarak boşa tüketilmesi engellenmektedir ve atıkların geri dönüştürülmesi ya da bertaraf edilmesi için uygun düzenekler mevcuttur. Ayrıca bu eko tesislerde (ecolodge) çalışan yöre halkına ve turistlere çevre konusunda eğitimler verilmektedir ( Erdem ve Tetik, 2013,87). Yöre halkına ve turistlere verilecek eğitimler, bakir kalmış turizm destinasyonlarında var olan doğal güzelliklerin fark edilmesine ve çevreye duyarlı tutumların geliştirilmesine yardımcı olacaktır. Böylece ekoturistler eve dönünce ziyaret edilen alanın savunucuları haline gelecektir.

Çevre dostu hedeflerine rağmen ekoturizm akımının yaygınlaşmaya başlamasıyla kalabalıklaşan doğal veya korunan alanlar, ekoturizmin geleceği ile ilgili bazı kaygılara sebep olmaktadır (Zorlu, 2014, 28). Nitekim daha önce yapılan çalışmalarda bu kalabalığın vahşi yaşama zarar verdiği ve hayvanlarda davranış bozukluğu yarattığı görülmüştür. Doğru planlamanın yapılmadığı yerlerde ekolojik denge bozulmakta, çöpler artmaktadır. Bu bölgelerde yapılan beş yıldızlı oteller su ve enerji kaynaklarının azalmasına sebep olmaktadır ( bkz. Tetik, 2012, 78; Weaver, 2001, 109; Fennell, 2003, 75; Polat, 2006, 30; Yılmaz, 2008, 82).

#### **2.1.4.2.Ekoturizmin Sosyal Çevre Üzerindeki Etkileri**

Turizmin öznesinin “insan” olduğu bilinmektedir. Bunun yanısıra turizmin, farklı kültürlerle mensup insanlar arasında düşünce, davranış ve kültür alışverişi yaratması, turizmin olumlu özelliklerinden birisi olarak kabul edilmektedir. Fakat bunun derecesi turizmin her çeşidi için aynı olmayabilir. Ekoturizm, bu tür ilişkilerin yaşanmasına çok daha fazla müsait olan bir turizm çeşididir. Ekoturistler ve yerel halk arasında meydana gelecek olan düşünce, davranış ve kültür alışverişi (Özkök ve Çoban, 2009, 596) sayesinde yerel halk kendi değerlerinin farkına varacak ve kültürel mirasını korumada gönüllü olacaktır (bkz. Tetik, 2012, 89). Diğer taraftan ekoturistler eğitim seviyesi ve gelir düzeyi yüksek, tatilde temel ihtiyaçlar dışında çok beklentisi olmayan kişilerdir (Yavuz, 2011, 44). Bu durum karşılıklı olarak, yapılan seyahatten zevk almayı, birlikte eğlenmeyi, değişik bir kültürle yakın temas kurmayı ve yapaylıktan uzak bir deneyim yaşama fırsatını sunacaktır.

Fakat ekoturizm yerel halk tarafından benimsenmemişse, yani ekoturizm faaliyetleri tabana yayılmamışsa, faydası hissedilmemişse, ortamda hoşnutsuzluk doğabilir. Bu durum yerel halkı dışlanmış, hayal kırıklığına uğramış, sinirli ve ilgisiz

bir psikoloji içine sokabilir (Zorlu,2014,31). Ekoturistlerin gelir seviyesinin yüksek olması yerel halkta bir beklentiye sebep olmaktadır. Bu durumda konukseverlik yerini “para kazanma tutkusuna” bırakabilir ve böylece bölgenin imajı da zedelenebilir (Tetik, 2012, 91).

“Ekoturizm” sözcüğü her ne kadar “doğallık” ı çağrıştırıyor olsa da, bu turizm türünün tamamen kuralsız olarak başıboş bırakılması, ekoturizmin zararlarının yararlarını geçmesine neden olabilir. Örneğin ekoturistlerin henüz keşfedilmemiş doğal alanlara hiçbir kurala tâbi olmadan rahatlıkla gidebildiği takdirde, bu bölgelerdeki hassas dengenin bozulacağından, aşırı kalabalık meydana gelmesinden, yerel halkın gelenek-göreneklerinde olumsuz değişimler olabileceğinden endişe etmek gerekmektedir (Zorlu, 2014, 31).

#### **2.1.4.3.Ekoturizmin Ekonomik Çevre Üzerindeki Etkileri**

Daha önce de belirtildiği gibi ekoturizm doğal ve kültürel çekiciliği olan destinasyonlarda gelecek vadeden, ekonomik kalkınma boyutu da olan bir kavramdır (bkz. Kuter ve Ünal, 2009, 152). Ekoturizm yörenin ve yerel halkın ekonomik kalkınmasına yardımcı olurken orada yaşayan yerel halk için alternatif iş olanakları yaratır ve girişimciler için ise yatırım fırsatları sağlar (Yılmaz, 2008, 77; Weaver, 2001, 114). Ekoturizm alanı olarak belirlenen kırsal alanlar, milli parklar ve korunan alanlarda alınabilecek giriş ücretleri (Tetik, 2012, 95) çevrenin korunması ve geliştirilmesi için fon kaynağı oluşturabilir ( Binoy, T.A. , 2017, 68). Bu durumun ayrıca bölgedeki ulaştırma, mal ve hizmetlere erişim ve iletişim gibi alt yapı sistemlerinin gelişmesine yardımcı olacağı söylenebilir (Tetik, 2012, 95).

Genelde olumlu etkileri hesaplanarak ülkelerin ve girişimcilerin iştahını kabartan ekoturizmin potansiyel olumsuz ekonomik etkileri de mevcuttur. Ekoturizm prensip olarak turizmi yıl içerisinde yaymayı amaçlıyor olmasına rağmen, yine de mevsimsel bir karakter taşıyorsa, yerel halk tüm yıl boyunca gelir elde edemez. İstenmeyen ekonomik ve politik olaylardan bu turizm tipinin de etkilenebilmesi de ayrıca bunda rol oynar (Tetik,2012,95). Bunun yanı sıra, girişimcilerin kalifiye eleman arayışları bölgeye yöre halkından olmayan işçilerin getirilmesine sebep olabilir. Ayrıca bölgede yerel enflasyon görülmesi de muhtemel olumsuz ekonomik etkilerden birisidir (Weaver, 2001,114). Bunun yanı sıra, bölgede kurulacak olan otel

ve benzeri tesislerde su ve enerji gibi kaynakların aşırı kullanımı fiyat artışına ve su/ elektrik kesintilerine neden olabilir (Kuter ve Ünal, 2009, 153; Kasalak, 2014, 104).

## **2.2.Ekoturizmin Hacmi Ve Diğer Turizm Türleriyle İlişkisi**

Ekoturizm, doğa seyahatine dayanan ancak sürdürülebilirlik ilkesini de içeren bir turizm türüdür. Ekoturizm 1990'lı yıllardan bu yana turizm sektörü içinde hızla gelişen bir kesim olarak dikkat çekmektedir. Özellikle uluslararası turizm talebinin yapısındaki değişiklikler, artan eğitim seviyesi, çevre konularına karşı artan ilgi ve bilinç, ekoturizm seyahatlerine olan talebi artırmaktadır (BAKA,2012,3).

### **2.2.1. Ekoturizmin Dünya Turizmi İçerisindeki Hacimsel Önemi ve Büyüme Hızı**

Dünyanın en büyük endüstrileri arasında yer alan turizm içerisinde yeni gelişen ekoturizm, yıllık büyüme oranının %10'dan %30'a (ulaşılabilen veriler bu rakamları şekildedir.) çıkacağı tahmini ile çok hızlı büyüyen bir turizm tipi olarak görülmektedir ( Kuter ve Ünal, 2009, 152). 2016 yılında uluslararası turizm hareketleri genellikle ilgili tüm yaşanan sıkıntılara rağmen artış göstermiş ve 2009 yılından bu yana birbirini takip eden 7 yıl boyunca gelişme yaşanmıştır. 2016 yılında uluslararası turizm hareketleri % 3,9 artarak 1 milyar 235 milyon kişiye ulaşmıştır (TÜROFED, 2017, 4). Turizm sektörünün büyümesiyle birlikte ekoturizm de popülerlik kazanmıştır. Nitekim Deloitte danışmanlık firmasının yaptığı bir çalışmada, sürdürülebilir seyahat sorunlarının farkında olan gezginlerin sayısının ve bu gezginlerin çevre dostu seyahat için harcadıklarının son on yılda üçte bir oranında arttığı tespit edilmiştir. Aynı rapora göre, ankete katılan iş yolcularının %95'i otel sektörünün "yeşil" inisiyatif alması gerektiğini ve ilerleyen yıllarda otel sektöründe sürdürülebilirliğin belirleyici bir etken olacağını düşünmektedirler. Marriot, Hilton, Intercontinental Hotel Group ve Accor gibi dünyanın dört bir yanındaki otellerin ve tur operatörlerinin, sürdürülebilirliği denetlemek için üst yönetim pozisyonları oluşturması ekoturizmin hak ettiği yeri almasında önemli adımlar oluşturmaktadır (<http://www.eco-business.com/news/eco-tourism-better-for-the-planet-better-for-you/>, 11.6.2018).

Tüm bu verilere rağmen ekoturizm hakkında net rakamlara ulaşmamız mümkün olmayabilir. Ekoturizmin genellikle doğa temelli bir turizm çeşidi oluşu, ekoturizmin

ekonomik boyutunun ölçülmesini güçleştirmektedir ( Kasalak, 2014,109). Yine de ekoturizmin, turizm sektörünün önemli bir lokomotif olduğu yadsınamaz ( Güngör, 2017,4).

Ekoturizmi daha iyi anlamak için onun turizmin bütünü içerisindeki yerini ve diğer turizm türlerinden farklarını-benzerliklerini görmek gerekir. Bu nedenle aşağıdaki kısımda öncelikle, “genel olarak” turizm çeşitlerinden bahsedilecektir.

### **2.2.2. “Genel Olarak” Turizmin Çeşitlilik Açısından Sınıflandırılması**

Turizm insanların yaşına, sosyal statüsüne, ilgi alanlarına ve daha birçok kritere göre sınıflandırılabilir. Turizm çeşitleri ve şekilleri birbirinden çok keskin çizgilerle ayrılamamakla birlikte, bazı ayırım kriterlerinden söz edilebilmektedir. Bu kriterler aşağıdaki gibi açıklanabilir (Kasalak,2014,27; Ersoy,2017,8; Haznedar,2016,3, Kamacı, 2015,9; Çelik, 2015,18; Yaylı ve Sürücü,2016,90):

#### **a) Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri**

Bu, “iç turizm” ve “dış turizm” şeklinde ele alınmaktadır. İç turizm genellikle ülke içerisinde yapılan, herhangi bir yabancı dile veya vizeye ihtiyaç duyulmadan yapılan, ülke içerisinde paranın sirkülasyonunu sağlayan ve milli gelirin bölgeler arasında dengeli dağılmasında rol oynayan bir turizm çeşididir. Dış turizmde ise pasaport, döviz, vize gibi işlemler zorunludur. Dış turizmin en önemli ayırıcı özelliği döviz sağlayıcı ve döviz giderine sebep olucu etkisidir. Türkiye ekonomisinde dış turizm en önemli döviz sağlayıcı unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir.

#### **b) Katılımcı Sayısına Göre Turizm Çeşitleri**

Burada, “bireysel turizm”, “grup turizmi” ve “kitle turizmi” olmak üzere üç turizm çeşidinden söz edebiliriz. Bireysel turizmde seyahat edenleri, genelde yeni yerler görme, macera arama veya buna benzer nedenlerle tatile çıkan üst gelir grubuna sahip gençler, öğrenciler ve okulu yeni bitirmiş kimseler oluşturmaktadır. Kitle turizmi, çoğunlukla paket turların olduğu, bir defada çok sayıda insanın seyahat etmesine imkân tanıyan bir çeşittir. Özellikle 1950’li yıllardan sonra ön plana çıkan kitle turizmi oluşturulan grupların sürekli olmasından dolayı turizmin geliştirilmesi aşamasında en fazla üzerinde durulan turizm çeşididir. Bunun yanı sıra bir de “grup turizm’i” vardır. Genelde belli bir amaca hizmet eden dernek üyeleri, öğrenci grupları ve meslek organlarının katılımıyla gerçekleştirilen grup turizmi, katılan kişi

sayısının sınırlı olması ve grupların devamlılık arz etmemesi yönüyle kitle turizminden farklıdır.

### **c) Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri**

Bu, gençlerin, yetişkinlerin ve üçüncü yaş grubu insanların katıldığı turizm şeklidir. Gençler diğer yaş gruplarına göre daha meraklı, değişimlere karşı açık ve içerisinde yaşadıkları topluma yabancılaşma duyguları, eğitim ve spor faaliyetlerine katılma istekleri daha ön planda olan, seyahat beklentilerinde, turistik davranışlarında farklılık görülen kimselerdir. Yetişkinler ise daha çok yirmi beş ile altmış yaş arasındaki insanları ifade etmektedir. Aile ve iş hayatı sorumlulukları bulunduğu için tatil anlayışları genelde dinlenme üzerine ve yaz aylarındadır. Ekonomik koşullar bu grubun tatil durumunu yakından etkilemektedir. Bu grubun en temel özelliği ailecek, uzun süreli tatile çıkmalarıdır. Atmış beş yaş ve üzerinde olan insanların katıldığı üçüncü yaş grubu turizmi ise, genellikle inanç, sağlık ve kültür unsurlarını içeren bir turizm faaliyetidir. Bunlar, yaşlarının gereği olarak, seyahatlerinde konfor ve rahatlık aramaktadırlar.

### **d) Katılımcıların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Çeşitleri**

Katılımcıların sosyo-ekonomik durumlarına göre turizm, “sosyal turizm”, “lüks turizm” ve “geleneksel turizm” şeklinde ayrılmaktadır. Sosyal turizm genellikle ekonomik durumu zayıf olan kişilerin (işçiler, memurlar, gençler, bedensel engelliler, çiftçiler vb.) bir takım özel önlemler ve destekler sayesinde gerçekleştirdikleri bir turizm çeşididir. Lüks turizm Türkiye’de “sosyete” denilen kişilerin yapmış olduğu, pahalı konaklama tesislerinde veya transatlantiklerde yapılan turizm çeşididir. Bu gruba dâhil kişiler daha çok “av turizmi”, “golf turizmi”, “krvaziyer turizmi” ve “kumar turizmi” gibi çeşitleri tercih etmektedirler. Geleneksel turizm ise sosyal turizm ile lüks turizm arasında kalan, geleneksel ve mütevazı yerlerde yapılan bir turizm çeşididir.

### **e) Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri**

Turistler tatile çıktıkları zaman belirli bir amaç dâhilinde yola çıkmaktadırlar. Bu bazen deniz-kum-güneş’ten yararlanıp dinlenmek amacıyla da olabilir, bazen de belirli bir kültürü, geleneği tanımak için de olabilir. Toplantı (kongre ) turizmi, sağlık turizmi, termal turizm, inanç ve kültür turizmi, golf turizmi, deniz ve yat

turizmi, karavan turizmi, spor turizmi turistlerin tercih ettikleri turizm çeşitleri arasında sayılabilir.

#### **f) Turistik Bölgeyi Koruma Şekline Göre Turizm Çeşitleri**

Özellikle kitlesel turizmin çevreye verdiği tahribatı engellemek amacıyla, “sorumlu turizm” ve “sürdürülebilir turizm” gibi alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmıştır. Sorumlu turizm, turistlerin ve yerel halkın aktif katılımıyla gerçekleşen, çevreye ve kültüre saygı duyulan, kontrollü biçimde gelişen bir turizm çeşididir. Sürdürülebilir turizm ise bugünün ihtiyaçlarını karşılarken geleceğe de temiz, korunmuş bir çevre bırakma mantığına dayanan tüm koruyucu turizm önlemlerini kapsayan bir kavramdır.

#### **g) Turizmde Yeni Trendler: Ekoturizm, Kırsal Turizm, Doğa Turizmi Agro-Turizm Ve Diğerleri**

Tarım ve turizmi ortak bir paydada birleştiren agro-turizm, “koru-kullan” düşüncesiyle, tarımsal alanlara zarar verilmeden yapılan bir turizm çeşididir. Bu turizm çeşidi çiftlik sahiplerinin ek gelir elde etmek için yaptıkları etkinliklerle oluşmaktadır. “Ekoturizm” de, doğal ve korunmuş alanlarda genellikle girişimciler tarafından oluşturulan sürdürülebilirlik ilkesine de dayanan bir turizm çeşididir.

#### **2.2.3. “Ekoturizm” Kavramına Nispeten Daha Yakın Sayılabilecek Bazı Genel Turizm Kavram ve Sınıflandırmaları**

Héctor Ceballos-Lascuráin 1983 yılında “ekoturizm” kavramını ilk kez kullandığında, doğal ve kırsal alanları turizm sektörünün yaygın kullanımına açmayı amaçlayan bu girişim, yapılan ve düşünülen faaliyetlerin karakterine göre doğa turizmi, doğa-temelli veya doğa-odaklı turizm, yaban hayatı turizmi, macera turizmi, yeşil turizm, alternatif turizm, sürdürülebilir turizm, uygun turizm, doğa tatili, bilinçli turizm, araştırma/inceleme turizmi, bilimsel turizm, kültür turizmi, düşük etkili turizm, agro-turizm, kırsal turizm ve yumuşak turizm gibi birçok isimle adlandırılmıştır. Bu bölümün amacı “ekoturizm” kavramı ile bu ek terimler arasındaki ilişkiyi ve farklılığı incelemektir (Erdoğan, 2015, 2).

**Doğa Temelli Turizm:** Doğal çevre ile doğrudan ilgili turistik mekânlara dayanan her türlü turizm “doğa temelli turizm” olarak adlandırılır. Ekoturizm doğa temelli turizmin bir alt kümesi sayılmasına rağmen, kültürel özellikleri de barındıran bir yapıya sahiptir. Doğa temelli turizm içerisinde 3S turizmi (deniz, kum ve güneş turizmi), esir turizmi (yani zooloji turizmi, botanik bahçeleri, akvaryumlar ve

kaplumbağalar), ekstraksiyon turizmi (örneğin av ve balık tutma) ve bazı sağlık turizmi türleri bulunmaktadır. Doğa temelli turizmi ekoturizmden ayıran en önemli nokta, bu turizm türlerinin doğada yapılabilmesine rağmen “öğrenme ve sürdürülebilirlik” ilkesinin zorunlu olmamasıdır ( Weaver, 2001, 16).

**Kültür Turizmi:** Ekoturizm, -kültürel bileşenleri olsa da- tamamen bir kültür turizmi olarak görülemez. Bunun nedeni, bir kültürel turizm ürününün, kültürel unsura öncelikli vurgu yapması gerektiğidir. Oysa bu unsur ekoturizmde ikincildir. Yine de bu iki turizm türüne net sınırların konulamaması, turistlerde algı karışıklığı oluşturabilir. Örneğin Kamboçya'daki Angkor Wat kalıntılarında, sitenin mimarisıyla ve tasarımıyla ilgilenen bir ziyaretçi bu durumu “kültür turizmi” olarak kabul ederken, sitenin ıslahıyla ve doğal çevresiyle ilgilenen bir ekoturist, bunun ekoturizm olduğunu kabul edebilmektedir. Belki, net bir eğilimin olmadığı durumlarda, bir hibrid ( melez) belirleme daha uygun olabilir (Weaver, 2001, 17).

**Macera Turizmi:** Yapılan bir turizm faaliyetini “macera turizmi” olarak nitelendirebilmek için, bu faaliyetin bir risk unsuru, yüksek fiziksel efor veya etkinliklere katılım için gerekli olan özel beceriler barındırması gerekmektedir. Bazı ekoturizm biçimleri (özellikle vahşi bir ortamda meydana gelenler) bu gereksinimleri karşılamaktadır ve böylece “macera turizmi” olarak nitelendirilebilmektedir. Ancak çeşitli nedenlerle, macera turizmi çoğu zaman ekoturizm olarak nitelendirilemez. İlk olarak, macera turizminin çekiciliği her zaman doğaya dayalı değildir. İkinci olarak, “sürdürülebilirlik” kavramı doğa turizminin genelinde bir hedef iken macera turizminde böyle bir gereklilik söz konusu değildir. Macera turizmi ve ekoturizm arasındaki üçüncü ve tartışmasız en önemli ayırım, turist ile turistik çekicilik arasındaki etkileşimin doğasıyla ilgilidir. Ekoturistler bir öğrenme/egitim deneyimi ararken, macera turistlerinin ilk aradıkları şey risk, zorluk ve fiziksel güçlenmeyi kolaylaştıran bir ortamdır. Sarp dağ yamaçları ve sulara yaşanabilecek heyecan ve zorluklar, macera turistlerine göre, bu tür özel ortamlarda doğayı incelemek için sundukları fırsatlardan çok daha değerlidir (Weaver, 2001, 17).

**Hibrid Turizm Çeşitleri (Trekking, ACE turizmi, NEAT):** Turizm aktivitelerini kategorilere ayırmak mantıklı olsa da hiçbir turizm çeşidi aslında diğerinden bağımsız olmadığından, bunları kesin bir şekilde ayırmak oldukça zordur. Angkor Wat'a (Kamboçya) gelen bir ziyaretçi, zarar verilen ormanın doğasına, mimariye ve

oradaki harabelere aynı anda ve eşit olarak ilgi duyabilir. Bu yüzden iki veya daha fazla turizm çeşidini birleştiren hibrid (melez) turizm kavramları ortaya çıkmıştır. Örneğin macera turizmi, kültür turizmi ve ekoturizm kavramlarını birleştiren trekking aktivitelerinin (Nepal ve Tayland da olduğu gibi) “hibrid turizm” olduğunu söylemek mümkündür. Aynı şekilde ACE (adventure-cultural and ecotourism) veya NEAT ( natural-ecotourism-adventure tourism) kavramında doğa, kültür ve macera ekoturizmle birlikte anılmış, hibrid bir kavram ortaya çıkmıştır (Weaver, 2001,18).

**3S (Sea-Sand-Sun) Turizmi:** Deniz, kum ve güneş olgusuyla birlikte anılan bu turizm çeşidi, “doğaya dayalı turizm” kategorisine girmektedir. Ancak, 3S turizmi genellikle büyük ölçekli ve kitle turizmi ile ilişkili olduğu için, bu kavram ekoturizm ile bağlantılı bir kavram olarak görülmemektedir. Yine de, iki etkinliğin birbirinin tamamlayıcısı olduğu birçok durum vardır. Ayrıca, bazı aktiviteler hem ekoturizm, hem de 3S turizmi olarak nitelendirilebilir. Bu özellikle tüplü dalış, paraşütle atlama, şnorkelle yüzme ve denizaltı turları içeren ilgili deniz aktiviteleri grubu için geçerlidir. Bu uğraşların tümü tipik olarak 3S turizmi ile ilişkilidir. Bununla birlikte sürdürülebilirlik ve eğitim gibi konular sağlandığı takdirde bu türlerin (özellikle su altı faaliyetleri) ekoturizm faaliyetine benzeyeceği ileri sürülebilir. Ancak son zamanlarda su altı aktivitelerinden birisi olan zıpkınla avcılık deniz faunasına zarar verdiği için, ekoturizm faaliyeti olarak anılmamaktadır (<http://egeekoturizm.org/ekoturizmin-cesitleri/>).

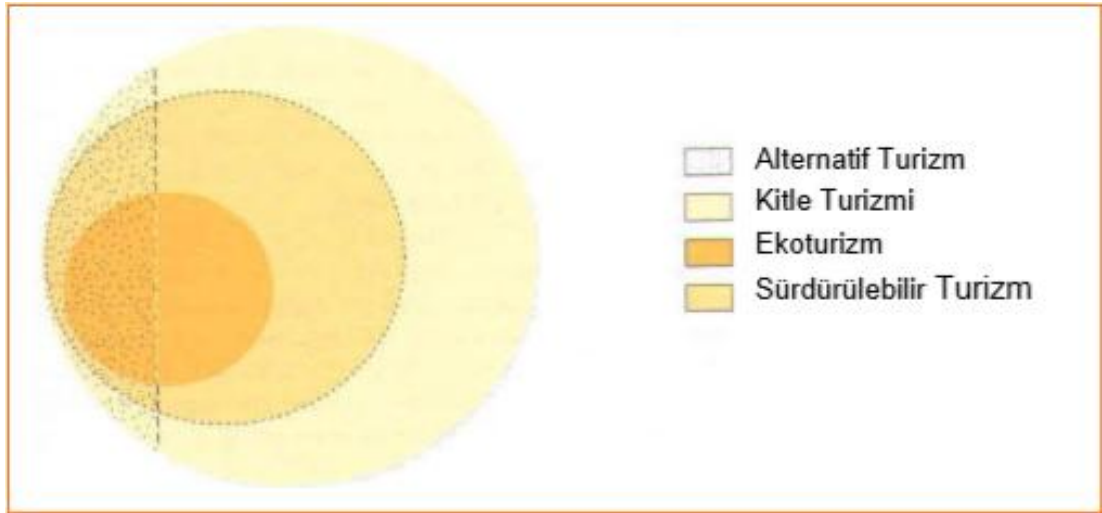
**Kitle Turizmine Karşı, “Alternatif Turizm” Veya Tamamlayıcı Turizm:** Kitle turizmi faaliyetleri sırasında da “doğaya duyarlı olmak” ve “sürdürülebilirlik” ilkelerine dikkat edilmeye çalışılsa bile, kitle turizmi her şeyden önce, “katılan kişi sayısı” bakımından ekoturizmle çelişen bir yapıya sahiptir. Alternatif turizm türleri kitle turizminin olumsuz etkilerini azaltmak ve turizmin dört mevsimde aktif olmasını amaçlamaktadır. Küçük ölçekli, yerel halka önem veren (Yaylı ve Sürücü,2016,36) ve doğa temelli olması nedeniyle alternatif turizmin ekoturizm olduğu savunulabilir.

Ancak alternatif turizmde genellikle elit insanlara öncelik veren, onları daha çok önemseyen bir durum söz konusudur. Hal böyleyken zamanla ev sahibi halkla ve konuk arasında nahoş bir iletişim düzeyinin oluşması, yerel halkın kendini dışlanmış hissetmesi kaçınılmaz olabilir ( Weaver,2001,20).



**Sürdürülebilir Turizm:** Daha çok kavram olarak nitelendirilebilecek sosyal, kültürel, ekolojik ve ekonomik yapıyla uyumlu bir şekilde yürütülen turizm tiplerini ifade eden sürdürülebilir turizm, etik ve sosyal değerler konusunda deyim yerindeyse “adil” dir. Doğal kaynaklara zarar vermeden gelecek nesillere aktarmak burada temel ilkedir. Sürdürülebilir turizmin ekonomik faydası uzun vadededir. Ekoturizm ise, doğa turizmi, kırsal turizm ve kültür turizmini de içeren sürdürülebilir turizmin alt türü olarak görülebilecek bir turizm çeşidi sayılabilir (Polat,2008,9). “Sürdürülebilirlik” kavramı kapsadığı alan bakımından ekoturizm faaliyetlerinin hepsini, alternatif turizmin büyük bir kısmını ve kitle turizminin küçük bir kısmını kapsayabilir. Aşağıdaki Şekil 1, sürdürülebilir turizm, ekoturizm, alternatif turizm ve kitle turizmi arasındaki kesişimi göstermektedir.

**Şekil 1: Ekoturizmin Diğer Turizm Tipleri Arasındaki Yeri**



**Kaynak: Weaver, David B. (2001). Ecotourism. (1st Edition), Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd, s.21.**

**Tüketen ve Tüketmeyen Turizm:** Tüketen turizm, daha çok avcılık ve balıkçılıkla ilgili somut çıktıları olan turizm tiplerini anlatmakta kullanılır. Tüketmeyen turizm ise kuş gözlemciliği, doğa gözlemciliği gibi somut olmayan deneyimlerin sağlanmasıyla ilişkilidir. Bu açıdan bakıldığında ekoturizm tüketmeyen turizm faaliyetlerine dâhil edilebilmektedir. Yine de bu tür genellemeleri yapmak doğru olmayabilir. Örneğin; bir safari turu yaparken seyahat sırasında alınabilecek haz ve görsel şölen tüketmeyen turizm sayılsa bile, kullanılan yiyecek, fosil yakıtlar ve fotoğraf filmi “aslında safari turu tüketen turizm türüdür” algısı yaratabilir. Bununla birlikte, tüketmeyen turizm türlerinin her zaman tüketen turizm türünden daha iyi ya

da sürdürülebilir olduğunu varsayan bir kaide yoktur. Belirli koşullar altında, yaban hayatı gözlemi sözkonusu hayvanlar için stresli olabilirken, avcılığın yerinde yapılması bazı türlerin dengede tutulması için yararlı olabilmektedir (Weaver, 2001,21).

#### **2.2.4. “Ekoturizm” in Genel Turizm Kavram ve Sınıflandırmaları İçerisindeki Konumu Üzerine Bir Değerlendirme**

Yukarıdaki kısımlardaki açıklamalardan da anlaşılacağı gibi, eko-turizmi, diğer turizm kavramlarından tamamıyla bağımsız bir kavram olarak düşünmek zordur. Kaba bir örnek vermek gerekirse, turizmin “iç turizm” veya “dış turizm” oluşu aynı zamanda ekoturizm oluşuna engel değildir. Bunun yanı sıra reel olarak da ekoturizm ile diğer turizm çeşitleri arasında bir iç içelik durumu olabilmektedir. Turistin tek bir motivasyonla seyahat etmeyebileceği ve birden fazla amacının bulunabileceği olgusu da bu iç içeliği doğrulayabilir.

Bu durumda, teknik olarak “ekoturizm” adı altında bağımsız bir turizm çeşidinin bulunup bulunmadığı, bir başka deyişle ekoturizmin turizme bir “alternatif” sayılıp sayılmayacağına sorgulanabileceği bile akla gelebilir. Daha açık konuşmak gerekirse, “ekoturizm gerçekten “alternatif” midir? Yoksa diğer turizm türlerinin de gelişimi sırasında onlara bağımlı olarak gelişebilen bir tür müdür?” sorusunun ciddi olarak sorulması gerekmektedir.

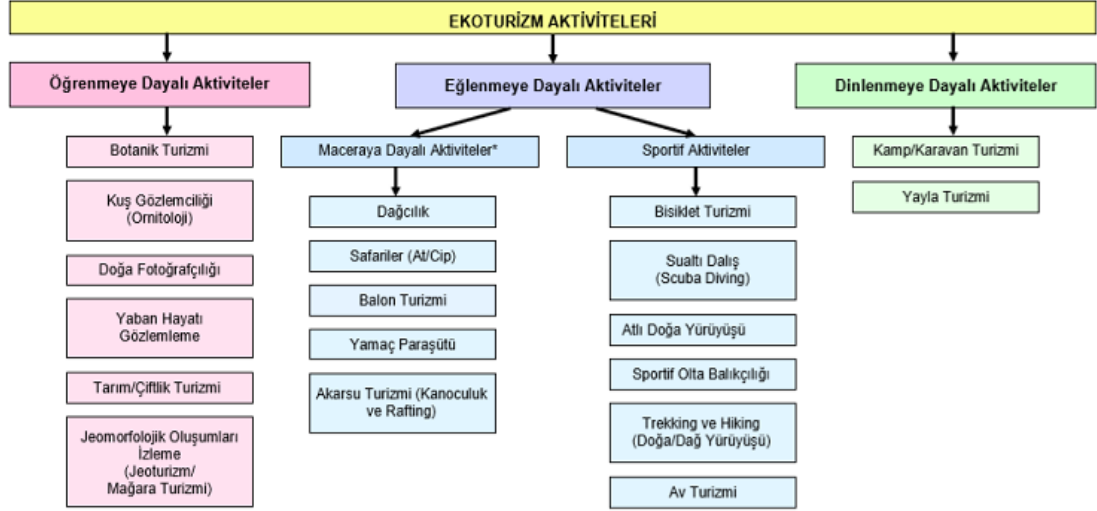
Bu ve benzer hususların sorgulanması ihtiyacı aynı zamanda bizi bu çalışmaya iten temel faktörlerden birisidir ve çalışmamızda özellikle üzerinde durulmaya çalışılmıştır.

#### **2.3.Eko-Turizmin Diğer Turizm Kavramlarıyla İlişkisi Üzerinde Durulmaksızın, Eko-Turizmin Kendi İçerisinde Yapılan Bazı “Pür Eko-Turistik” Sınıflandırmalar**

Ekoturizmin kendi içerisindeki sınıflandırması çeşitli kriterlere göre yapılmaktadır. Bu kriterler, “turizmde kullanılan araçlar”, “gidilen yerin karakteri”, “yapılan aktivitenin özelliği” gibi çeşitlilik göstermektedir (Khabbazi ve Yazgan, 2012,7). Ekoturizm kavramı çevreyi koruma derecelerine göre “aktif ve pasif”, ekoturistlerin ekoturizm faaliyetlerini yapma derecelerine ve/veya seyahat sırasında gösterdikleri fiziksel aktiviteye göre “sert ve yumuşak”, katılımcıların sayısına göre

ise “çevreci ekoturizm” ve “yaygın (popüler) ekoturizm” şeklinde sınıflandırılabilir (Kasalak,2014,67). Bunun yanısıra, eko-turizm aktiviteleri “öğrenmeye dayalı”, “eğlenmeye dayalı” ve “dinlenmeye dayalı” olarak da sınıflandırılabilir Polat (2008, 49; Tetik, 2012,103). Aşağıdaki Şekil 2, bu konuda fikir verir niteliktedir.

**Şekil 2: Ekoturizmin Aktivitelerinin Sınıflandırılması**



**Kaynak: Polat, Ahmet Tuğrul. (2008). Karapınar İlçesi ve Yakın Çevresi Peyzaj Özelliklerinin Ekoturizm Kullanımları Yönünden Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya, s. 50. , Tetik, Nuray.(2012) Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterlilikleri: Doğu Karadeniz Örneği, Doktora Tezi, Balıkesir, S:103.**

### 2.3.1. Öğrenmeye Dayalı Aktiviteler

**Kuş Gözlemciliği (Ornitoloji):** Kuşlara ve doğaya ilgi duyan herkese açık bir aktivitedir. Kuş gözlemciliği bir çift göz, iyi işiten kulaklar ve bir dürbünle kolayca yapılabilecek bir aktivitedir. Kuş gözlemciliğine çıkan turistler, kuşların yaşam alanlarını öğrenmek, hatta kullanılabilir detaylı bir kuş rehberi oluşturmak amacıyla doğal alanlarda veya doğal alanlara yakın yerlerde zaman geçirebilmektedir. Böylece kuş gözlemciliği turizm sektörü için bir pazar haline gelmiştir. Daha önce kuş gözlemciliğinin ülke, bölge ve yöre ekonomisine katkısı ile ilgili yapılmış bir araştırmada katılımcıların, kuş gözlemciliği ile ilgili seyahatlere yıllık ortalama 2000 dolarlık harcama yaptıkları görülmüştür ( Kamacı, 2015, 31).

**Yaban Hayatı Gözleme:** Bazı canlı türlerindeki çeşitlilik ve az bulunurluk, insanlarda nadir görülebilen varlıkları görme arzusunu cazip kılmakta, bu ise,

bireylerde yaban hayatı gözlemciliğine ilgi uyandırmaktadır. Dünyada önemli oranda talep edilen yaban hayatı gözlemciliği Kenya, Belize ve Güney Amerika gibi ülkelerde gelir getiren bir endüstriye dönüşmüştür. Örneğin, Balina seyri 65 ülkede 300 bölgede yapılan önemli bir turistik faaliyettir. Bu faaliyete katılan kişi sayısı her yıl %10 artmaktadır. 1998’de 6 milyon kişi balina seyri için ilgili bölgelere gitmiş ve yılda 31 milyon İngiliz Sterlini harcamıştır. Ruanda’da Volkanlar Milli Parkı’nda turistler dağ gorillerini 1 saat görmek için 170 dolar vermektedirler. Türkiye coğrafi yapısı, bitki örtüsü ve yaban hayatında av turizminin gelişmesi için elverişli bir konumdadır. Ülkemizde 40.000 hayvan türünün yaşadığı saptanmış olup gelecekte yapılacak ayrıntılı çalışmalarla bu sayının 80.000, hatta 100.000’e ulaşabileceği sanılmaktadır. Avrupa kıtasında 60.000 kadar hayvan türünün yaşadığı düşünülürse ülkemiz faunistik açıdan da oldukça zengindir ( Yavuz, 2011, 28)

**Tarım/Çiftlik Turizmi:** Kırsal bölgelerde doğal mimarisıyla, doğasıyla ve gelenek-görenekleriyle var olan çiftliklerde yapılan tarım/çiftlik turizmi, ekoturizm faaliyetlerinin yapılması için birçok imkân sunmaktadır. Ekoturizmin bir ürünü olarak anılan çiftliklerde toprağa zarar vermeyen gübreler (fenni gübre) kullanılmakta ve toprak geleneksel biçimde işlenmektedir. Kent yaşamının sıkıntılarından uzaklaşmak, doğayla bütünleşmek isteyen insanların tercih ettiği ekoturizmde turistler yerel halkın kültürünü yakından tanıma fırsatı elde etmektedir. Yerel halktan çalışan kişilerle birlikte üretim, hasat toplama, geleneksel el sanatlarını tanıma ve uygulama, yöreye özgü gıdaların hazırlanması ve çiftlik hayvanlarının bakımı gibi çiftlik faaliyetlerine katılabilmektedir. Konaklama imkânı da olan çiftlikler, fazla aşırıya kaçmayan, yerel mimariye ters düşmeyecek, kent insanının ihtiyaçlarını (banyolarda duş sistemi, odalarda klima ve mutfaklarda mikrodalga fırın gibi ekipmanlar) da gözetken bir yapıdadır. Bunlara ek olarak doğa ile bütünleşen ve atlı doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, ulusal parkları ziyaret, kuş gözlemciliği ve bitki gözlemeleme gibi ekoturizme dayalı pek çok etkinliğin yapılmasına da olanak tanıyan bu işletmeler, gönüllü programlarıyla da ziyaretçi kabul etmektedirler (Yılmaz,2008,109).

**Mağara Turizmi:** Mağaracılık bilimsel ve sportif amaçlarla yürütülen bir aktivitedir. Sportif mağaracılığın dünyanın en tehlikeli doğa sporlarından olduğu kabul edilmektedir. Bireysel veya grup olarak yapılabilir. Doğa turizminde mağaralar, görsel açıdan zengin, mağara içine ulaşım imkânı olan yatay yönde

yapılandırılmış yapılardır (Yavuz,2011,24). Günümüzde alt yapısı düzenlenmiş, yürüyüş yolları ve yönlendirmesi yapılmış mağaralar birçok insanın ilgisini çekmektedir. Mağara turizminin en önemli amacı mağara ve çevresinin, doğal ve kültürel değerlerini ekonomiye kazandırmaktır. Bu yüzden mağara içinde ve mağara dışında yatırımlar yapılması gerekmektedir. Mağara içi yatırımlar ışıklandırma ve güvenli gezi yollarını, mağara dışı yatırımlar ise ulaşım imkanlarını ve konaklama tesislerini kapsamaktadır. Diğer taraftan mağaranın turizme açılması için, bu yatırımların yanında turistlerin rahatının sağlanması açısından bir takım plan ve proje çalışmalarının yapılması gerekmektedir. Turizm amaçlı kullanılacak mağaralar genellikle; kır kahvesi-kafeterya, piknik alanları, minyatür çocuk bahçesi, otopark, ilk yardım üniteleri, tanıtım odası ve mağaranın içini ve dışını gösteren kroki, plan ve harita gibi ünitelerle de desteklenmektedir ( Kasalak,2014,72).

### 2.3.2. Eğlenmeye Dayalı Aktiviteler

**Dağcılık:** Dağcılığın birçok dildeki adı "Alpinizmdir". Bu etkinliğin bir spor dalı şekline dönüşümü ve yaygınlaşması, büyük ölçüde Alp Dağlarında olduğu için bu isim uygun görülmüştür (Tetik,2012,109). Dağcılık ciddi eğitim gerektiren, kaya, kar ve buz tırmanışları olmak üzere çeşitlere ayrılan bir spor dalıdır. Dağcılığın gerçek anlamı çeşitli yayınlarda “dağlık bölgelere, ulaşılması zor yüksekliklere tırmanmayı ya da ulaşmayı amaçlayan bir spor” olarak geçmektedir (Polat,2008,60). Dağlar macera, heyecan ve değişiklik arayanlara çeşitli rekreasyonel faaliyetler ve yeni spor olanakları sağlamaktadır. Doğa yürüyüşleri, dağ bisikletiyle geziler, orienteering, sağlam kayaçların olduğu dik yamaçlarda kaya tırmanıcılığı, karlı alanlarda yapılan botla kaymak (snowspee rafting), kızak (snowscating), buzul kayağı (heliskiing helikopterle gidilerek yapılan yüksek dağ kayağı), balon skiing (balonla gidilerek yapılan yüksek dağ kayağı), snowboarding dağlarda yapılan aktivite çeşitlerine örnektir. (Tetik, 2012, 110).

**Atlı Doğa Yürüyüşü (Safari) Turizmi:** Atlı doğa yürüyüşleri patika yollarda ve kendine özgü bir biçimde atın dizginlerinden tutarak yapılan ve çoğunlukla tur operatörleriyle gruplar halinde düzenlenen rekreasyonel gezilerdir. Turistler atlı doğa yürüyüşlerinde doğayı, hayvanları, çevre kültürünü ve geleneklerini tanıyarak deneyim sahibi olmaktadır ( Yılmaz, 2008, 79).

Ata binmek bir başka canlıyla yapılan ender sporlardan biridir ve bunun için temel eğitimin alınması gerekmektedir. Eğitimden sonra katılımcılar doğada gezilere katılabilmekte, at üstünde safari, orienteering yapılabilmektedir:

*Atlı geziler:* Temel eğitimini almış olanların veya geliştirmek isteyenlerin katılabileceği faaliyetlerdir. Atlı geziler genellikle, grup lideri denetiminde yapılan, temposu hafif, dik iniş ve çıkışları olmayan, molalar dâhil en fazla 2 saat kadar süren gezilerdir.

*Safari:* Temel eğitimini almış ve atlı gezileri rahatlıkla yapabilenlerin katılabildiği, belirli oranlarda sportifliği ve vücut esnekliğini, eğlence ile beraber yorgunluğu da göze almayı gerektiren faaliyetlerdir. Grup lideri gözetiminde yapılan, temposu hızlı, gerektiğinde dik iniş ve çıkışları da içeren binişlerdir

*Orienteering:* Arazi tecrübesi olan binicilerin, her ay yenilenen parkurlarda yerleştirilen hedefleri, kroki ve pusula yardımı ile bulmalarından oluşan eğlenceli yarışlardır.

Ülkemizde Kapadokya, Antalya, Alanya, Side, Manavgat, Kastamonu, Fethiye ve Marmaris'te yoğun olarak yapılan atlı doğa yürüyüşleri oldukça yüksek döviz girdisi elde edilebilecek aktivitelerdir ( Yılmaz, 2008, 80).

**Yamaç Paraşütü (Parapente):** Adrenalin tutkunlarının tercih ettiği yamaç paraşütü, bilinen en ekonomik hava aracı olması ve diğer uçuş sporlarına göre hiçbir altyapı gerektirmeyen bir aktivite çeşididir (Tetik,2012,111). Yamaç paraşütü fazla eğitim gerektirmeyen ve bir hoca eşliğinde yapılan bir spordur (bkz. Taşdemir,2016,8). Türkiye'de coğrafi yapının dağlık olmasından dolayı hemen hemen her bölgede yamaç paraşütüyle uçuş yapmak mümkündür. Bu yönüyle ülkemiz son derece ayrıcalıklı özelliklere sahiptir. Türkiye'nin ve dünyanın en iyi uçuş noktası sayılabilecek Ölüdeniz başta olmak üzere, Antalya-Kaş, Denizli, Isparta, Erzincan, Eskişehir, Erzurum, İzmir, Bolu, Akşehir'de yamaç paraşütü yapmaya elverişli alanlar bulunmaktadır ([www.yamacparasutu.net](http://www.yamacparasutu.net), 11.6.2018).

**Akarsu Turizmi (Kanoculuk Ve Rafting):** "Raft" adı verilen botlarla debisi yüksek akarsularda yapılan spordur. Başlangıçta kütük ve yolcu taşıyan bu botlar zamanla turistik amaçlarla kullanılmaya başlanmıştır ( Kasalak, 2014, 75). Rafting ilk kez 1869 yılında Colorado Nehri üzerinde Büyük Kanyon'da gerçekleştirilmiştir. 1939

yılında Colorado Nehri üzerinde organize edilen ikinci rafting büyük ilgi çekmiş ve o tarihten itibaren düzenli organizasyonlar yapılmaya başlanmıştır (Tetik, 2012, 112; Yılmaz, 2008,64). Ülkemizde Çoruh Nehri bu sporla daha çok ün yapmıştır. Rafting tamamıyla doğal şartlarda gerçekleştiğinden, çevre ile uyumlu, betonlaşmaya ve çevre kirliliğine yol açmayıp, doğal güzellikleri de ön plana çıkaran bir özelliğe sahiptir (Tetik, 2012, 112; Altan, 2006, 56).

**Doğa Yürüyüşü (Trekking):** 19. yy. da natüralist akımla birlikte gelişen “trekking” diğer doğa turlarına göre doğanın yakından görülerek, detaylı incelenerek, sürekli güç sarf edilerek, irade gösterilerek yapılan bir yürüyüş ve keşif aracı olarak değerlendirilmektedir. Yüksek kondisyon veya teknik gerektirmemesi, sakatlanma vb. risklerinin çok düşük seviyelerde oluşu, maliyetinin az olması gibi nedenlerle kitlelerin yoğun ilgi gösterdiği bir doğa sporudur ( Kamacı, 2015, 26). Trekking çoğunlukla dağlık alanlarda yapıldığı için “dağ ve doğa yürüyüşü” şeklinde de anılmaktadır (Yılmaz, 2008, 70). Ancak trekking sırasında yöresel köy ziyaretlerinin de yapılıyor olması ve yöre halkıyla bir süre etkileşim kurarak aynı yaşamın paylaşılması, bir çeşit “ekoturizm” faaliyeti olarak görülmesine de sebep olmaktadır (bkz. Weaver,2001,75)

### 2.3.3. Dinlenmeye Dayalı Aktiviteler

**Yayla Turizmi:** Fiziki coğrafya açısından düz ve yüksek yer olarak tanımlanan yaylalar, genelde kışın boş kalan, yazın en sıcak devresinde tarım ve hayvancılıkla uğraşan insanların geçici bir süre için çıkıp kaldığı, hayvancılığa elverişli, zengin bir bitki örtüsüne sahip, süt, yağ, peynir gibi ürünlerin üretildiği yüksek, düz ve serin yerleri ifade etmektedir ( Tetik, 2012, 118). Özellikle geleneksel Türk kültürüne has bir faaliyet olan yayla turizmi diğer Akdeniz ve Avrupa ülkelerinde yapılmamaktadır (Yılmaz, 2008, 69).

Yayla turizminde amaç, ülkemizin kendine özgü doğal ve kültürel değerleri olan yaylaların ve yayla yaşamının, koruma ve kullanma dengesi dikkate alınarak, turizm faaliyetleri içinde değerlendirilmesidir (Kamacı, 2015, 26). Türkiye’de yayla turizmi yapılan bölgelerde, zaman zaman şenlikler de düzenlenmektedir ve bu sayede turistlerin ilgisi çekilmektedir. Birkaç gün boyunca devam edebilen yayla şenlikleri hem yöre halkına ek gelir sağlamakta, hem de yöreye gelen turistlerin yaylaların bulunduğu çevreyi tanınmasına vesile olmaktadır.

## 2.4.Ekoturizmin Kendi İçerisindeki Çeşitliliğinin Çalışmaya Etkisi

Görüldüğü gibi, doğaya yakınlık arz eden her tür turizm “ekoturizm” olarak adlandırılabilir. Fakat açıktır ki, bir turistin ekoturist olduğu söylendiğinde, bu faaliyetlerin hepsini aynı seyahat süresi içerisinde gerçekleştireceği anlamına gelmez. Bu durumda “ekoturizm” kavramının aslında “lüzumsuz” olduğu ya da “işlevsellikten yoksun olduğu” olasılığı dahi akla gelebilir. Doğaya yakınlık arzeden birçok turizm faaliyetinin hepsine de “ekoturizm” adının verilmesi durumunda ise ekoturizm çeşitlerinden herhangi bir tanesini konu alan, herhangi bir bilimsel incelenmesinin sonuçlarını genelleştirmek mümkün olmayabilir. Nitekim kanımızca, bunu bir gerçek olarak kabul etmek gerekmektedir. Hatta sözkonusu inceleme için “ekoturizm” yerine daha spesifik terimler kullanmak, daha uygun olabilir.

Yine de “ekoturizm” terimi anlamlı olabilir mi? Eğer “doğaya yakınlık” üzerine bir turizm politikasının tartışılması gibi bir mesele söz konusu ise evet, fakat ekoturizmin herhangi bir çeşidi aracılığıyla bazı spesifik meselelere giriliyor ki, o zaman hayır. Bizim çalışmamız aslında ikinci sınıfa girmektedir. Çünkü çalışmamızın son bölümünde de görülebileceği gibi, özellikle, “ziyaretçilerin bir ekoköyde konaklamaları” şeklinde tezahür eden bir eko-turizm çeşidi üzerinde durulmaktadır.

Her şeye rağmen bu çalışmada “ekoturizm” terimini biz de kullanmaktayız. Bunun sebebi, “ekoturizm” teriminin genel kabul görmüş bir terim oluşudur. Fakat okuyucu, bununla “ekolojik bir köyde konaklamayı” içeren bir seyahati kastettiğimizi ve çalışmamızın bu hususla sınırlı olduğunu akıldan çıkarmamalıdır.



### **3. EKOTURİZMİN “KÜMELENME”, “TURİSTİK DENEYİM” VE “TALEP ESNEKLİĞİ” KAVRAMLARI IŞIĞINDA DEĞERLENDİRİLMESİ**

#### **3.1. Turistik Seyahatin Derinde Yatan Amaçları ve Özellikleri Üzerine Bir Değerlendirme**

Literatürde turisti seyahate çıkmaya yönelten güdülerin neler olduğu hakkında bolca değerlendirmeler bulunmaktadır. Bu değerlendirmeler bazen “deniz turizmi”, “tarih turizmi”, “doğa turizmi”, “kültür turizmi” vs... (bkz. Kozak vd., 2017) gibi, bazen de turizmin türü ile eşleştirilebilen bir görünüm alabilmektedir. Sözcüğü deniz ve güneşten yararlanmak için seyahat edildiğinin söylenmesi “deniz turizmine” (ki, günümüzde bu “kitle turizmi” kavramıyla özdeşleştirilmektedir), tarihi eserleri görmek için seyahat edildiğinin söylenmesi “kültür turizmi” ne tekabül etmektedir. Elbette ki meseleye böyle yaklaşılması, turistin tek bir amaçla seyahat ettiğinin peşin olarak kabul edilmesi anlamına gelmemektedir. Turist gideceği yerin, bütün bu unsurların birarada bulunduğu bir yer olmasına dikkat edebilir. Bu, belli bir zaman ve bütçe kısıtı altında seyahatten maksimum tatminin gözetilmesiyle ilgili olabilir. Nitekim, birçok turistik çekiciliği birarada barındıran destinasyonların bu durumlarının destinasyon için “avantaj” olarak görülmesi, bir anlamda turistin bu davranışta olabileceğinin bir çeşit kanıtı da sayılabilir.

Turistin amaçlarının çokluğu ya da azlığı tartışması, farklı turizm türlerinin coğrafi açıdan birbirine bağımlı olup olmadığı tartışmasını da akla getirmektedir. Aşağıdaki ilk kısımda ele alacağımız ve literatürde de kendine önemli bir yer edinmiş olan “kümelenme” kavramının, böyle bir tartışmayla da yakın bir ilişkisinin bulunduğu tahmin edilmektedir.

Meselenin ikinci bir boyutu daha bulunmaktadır. Bu da, seyahatin asıl amacının çok özel bir amaca (ya da amaçlara) indirgenip indirgenemeyeceği konusudur. Konuyu daha iyi kavramak açısından bunu açıklamak gerekmektedir.

Bazı çalışmalar, turistin aslında tek amacının tatil yapmaktan, hoşça vakit geçirmekten ibaret olması, seyahatin sebebi olarak belirtilen şeylerin ise, seyahatin – deyim yerindeyse- “bahaneleri” olması ihtimaline işaret etmektedir. Örneğin bir çalışmada (Kutlu, 2009) Türkiye’de Antik Yunan (ya da İon) medeniyetini temsil

eden eserlerin, deniz turizminin yoğun olduğu kıyı bölgelerde bulunduğu, turistlerin ise nedense (!) hep bu eserlere ilgi duyduğuna dikkat çekilmektedir. Turist için İç Anadolu’da bulunan Roma ve Selçuk eserlerini hiç merak etmesin? Ama İç Anadolu’yu merak etmek, turistin –yukarıda belirttiğimiz- çoklu amacına aykırıdır. Herhalde ziyaret edilen eserlerin, Roma eseri mi yoksa Yunan eseri mi olduğu çok da önemli olmasa gerek(!). Bu örnek bizi turistin tek amacının şu veya bu şekilde “turistik bir deneyim” yaşamak olduğu fikrine yaklaştırabilir.

“Turistik deneyim” kavramı literatürde kendine önemli bir yer edinmiş bir kavramdır (bkz. Doğan, 2004:58-71) Yine bu bölümde görüleceği gibi, ekoturizmin bu kavramla yakın ilişkileri bulunmaktadır. Ayrıntılarını ilgili kısımda göreceğimiz “turistik deneyim” kavramı, aslında turistin “genel” (yani, özelleşmemiş) amacını ifade etmektedir. Ekoturizmin bu kavramla olan yakın ilişkisi ise, bizi ekoturizmi bir anlamda genel turizm içerisinde çok önemli bir konumda olduğu düşüncesine götürebilir.

Literatürde bazen turistlerin seyahatlerinin “özel” amaçlarının gelişigüzel bir tarzda sıralandığı görülür. Örneğin, “yeni yerler görmek”, “tarihi mekânlarda bulunmak”, “deniz ve güneşten yararlanmak”, “doğal bir ortamda bulunmak”, “farklı bir deneyim yaşamak” gibi... Son sırada yer alan ve diğerleriyle aynı kefeye konulan “farklı bir deneyim yaşamak” amacına, tıpkı diğer özel amaçlar gibi, bir çeşit “özel amaç” konumu lâyük görülmektedir. Oysa kanımızca, diğer özel amaçlar zaten “farklı deneyim yaşama”nın alternatif yollarıdır ve son sıradaki bu amaç, esasen hepsini kapsamaktadır.

Bu bölümde son olarak ele alınacak konu, “turistik talebin elastikiyeti” konusudur. İlgili kısımda elastikiyetin ne demek olduğunu, turistik talebin elastik bir talep türü olup olmadığı ele alınacaktır. Eğer turistik talep (özellikle destinasyonlar arasında) elastik ise bu, turistin genellikle “çok özel bir amacının bulunmadığı” yargısının doğru olabilmesine ihtimal vermeyi beraberinde getirmelidir. Aynı zamanda ekoturistlerin, ekoturizme sıkı sıkıya yapışmış, tatil planını yaparken özellikle ekoturizm için seyahate çıkmayı aklına koymuş bir kitle olduklarından şüphe duymayı da beraberinde getirmelidir.

## 3.2. Kümelenme Teorisi Işığında Ekoturizm e Bakış

### 3.2.1. “Kümelenme” Kavramı

Birçok araştırma makalesinin ve alışmalarının konusu haline gelen iş kümelenmeleri ve kümelenmelerin ekonomik gelişme üzerindeki rolü konusuna olan ilgi artmaktadır. 19. yüzyılda Marshall kümelenme kavramının temellerini atmış ve aynı bölgedeki sanayi kümelenmelerinin büyük ölçekli sanayi üretimine, teknik ve organizasyonel yeniliklere dair birçok yararı olduğuna dikkat çekmiştir. Marshall teorisine dayanan Porter, Kümelenme kavramını geliştirmiş ve daha popüler hale getirmiştir (Kulakova, 2014, 176). Porter kümelenme kavramını “ aynı sektörde faaliyet gösteren, aralarında rekabet olan fakat belirli alanlarda işbirliği halinde olan firmaların, onlara mal ve hizmet sunan tedarikçilerin, üniversiteler, meslek kuruluşları, iş koluyla ilgili standartları belirleyen ve kontrol eden kurumlar gibi kurumsal yapıların aynı coğrafi bölgede yoğunlaşması” şeklinde tanımlamıştır (Kartal, 2013, 43).

Rosenfeld (1997) yaptığı çalışmada, “kümelenme” teriminin, coğrafi yakınlık ve karşılıklı bağımlılık nedeniyle sinerji üreten şirketlerin konsantrasyonlarını temsil etmek için kullanıldığını açıklamaktadır (Kulakova, 2014, 176; Yılmaz,2017,6). Sölvell ve arkadaşları (2003), kümelenmelerin beş aktörden oluştuğunu belirtmektedir: ortak konumdaki ve bağlantılı endüstriler, hükümet, akademi, finans ve işbirliği için kurumlar. Boronenko, Zeibote (2011), kümelenmenin ana özellikleri de göz önünde bulundurduğuna işaret etmektedir. Bir kümelenme, hukuki bir kişiden ziyade ekonomik bir konudur (bir kümenin katılımcıları tüzel kişilerdir); Bir kümenin katılımcıları yasal bağımsızlığa sahip olsalar da, ekonomik olarak birbirleriyle ilişkilidirler; Bir kümelenmenin katılımcıları faaliyet türüne ve ekonomik duruma göre farklılık gösterir ve bir kümenin katılımcıları coğrafi olarak yakındır ve aynı bölgede çalışır. Avrupa Küme Memorandumu'na (2007) göre, kümelenmeler, inovasyona elverişli bir ortam sağlayan ve çoklu bağlantı halinde bulunan uzmanlaşmış şirket ve kurumların bölgesel yoğunlaşmalarıdır. Kowalski, A. M. (2012), kümelenme kavramının, işletmeler ile iş dünyası arasındaki işbirliğinin geleneksel yaklaşımında bir dönüm noktası olduğunu ileri sürmektedir (Kulakova,2014,176).

Bu tanımlardan yola çıkarak, bilinçli veya bilinçsiz şekilde bir bölgede toplanan firmalar, kendileri için daha hızlı ve düşük maliyetli tedarik imkânına sahip olurken bölgede ilgili faaliyet kollarında uzmanlaşmış iş gücüne erişim sağlayabileceklerdir. Böylece mekânsal olarak yakın olan firmalar rekabetin şiddetini arttırarak daha verimli üretim yapmakta yarışacaklardır. Ayrıca ortak bir mekânı paylaşan firmalar, uzun süreli ilişkilerin ve yüz yüze iletişimin kolaylaştırdığı bilgi akışından (pazar, teknik konular vb.) faydalanırken, sürekli karşılaştırma ve gözlem yapma imkânına da sahip olacaklardır.

### Çizelge 3: Dünyadan ve Türkiye'den Kümelenme Örnekleri

Dünya'dan kümelenme örnekleri	Türkiye'den kümelenme örnekleri
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Londra ve New York Finansal Hizmetler</li> <li>• Silikon Vadisi (Kaliforniya) Bilişim</li> <li>• Güney Almanya –Otomotiv □</li> <li>• Kuzey İtalya -Tekstil &amp; Moda</li> <li>• Banghalor–Yazılım □</li> <li>• Singapur –Donanım</li> <li>• Danimarka –Rüzgar gücü</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• İstanbul –Finansal Hizmetler□</li> <li>• Ankara –Savunma Sanayii</li> <li>• Gaziantep –Tekstil &amp; Hazır giyim</li> <li>• Kayseri –Mobilya □</li> <li>• Antalya –Turizm □</li> <li>• Bursa –Otomotiv □</li> <li>• Gebze –Kimya □</li> <li>• Adıyaman –Tekstil</li> </ul>

**Kaynak: Esen ÇAĞLAR (2008), “Kümelenmeler ve Rekabet Gücü”, TEPAV, [http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1255437510r3578.Kumelenmeler\\_ve\\_Rekabet\\_Gucu.pdf](http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1255437510r3578.Kumelenmeler_ve_Rekabet_Gucu.pdf), (E.T: 28.02.2011).**

#### 3.2.2. Kümelenmenin Firmalar ve Bölgeler Açısından Avantajları

Kümelenme kavramının içinde bulunduğu bölge için ve bu bölge içerisindeki firmalar açısından birçok yararı bulunmaktadır. Özellikle küme içerisine yeni katılacak olan firmalar açısından bakıldığında, hazır bir altyapının olması, uzmanlaşmış bilginin ve kalifiye elaman bulmanın kolay olması pazarda kendini göstermesi bakımından kolaylık sağlayacaktır. Daha önce yapılan çalışmalarda kümelenmeden beklenen olası faydaları şu şekilde sıralamak mümkündür (Kulakova, 2014, 176; Acar ve Güneş, 2017, 105; Göçen, 2013, 60; Kuşat, 2011, 133; <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2015/spring/article2.html>, erişim tarihi:2018-08-07; Yılmaz, 2017, 25; Kartal,2013, 47):

- Küme içerisindeki firmaların diğer firmaların yaptığı çalışmalara bakarak kendini yeniden konumlandırmaktadır ve yapacağı değişikliklerle kendini geliştirmektedir.
- Kümelenmeye yeni dahil olan bir firma bölgedeki işbirliğinin avantajını kullanıp, küçük ölçekte ve düşük maliyette üretim yapabilmektedir.
- Rekabet yarışları, sürekli karşılaştırma ve kümenin ününü korumak için uygulanan baskı kümenin her zaman yenilikçi bir yapıda olmasına sebep olmaktadır.
- Kümelenmeler sayesinde tedarikçilerle işbirliği sağlanırken; işletmeler, eğitim kurumları, sivil toplum kuruluşları ve diğer destekleyici kurumlar arasında da işbirliğinin ortaya çıkması kolaylaşmaktadır.
- Kümelenmeler sektöre ilgi duyan bilgili ve yetenekli kişilerin ilgisini çekmektedir. Bu sayede üretkenlik artarak verimliliğe katkı sağlanmaktadır.
- Küme içerisindeki işbirliği sayesinde firmalar zorlayıcı rekabet koşullarıyla daha kolay başa çıkabilmektedir.
- AR-GE faaliyetlerinde akademik kurumlardan ve devlet kurumlarından destek alma daha da kolaylaşmaktadır.
- Teknolojiye ulaşım konusunda fayda sağlamaktadır.

Tüm bu faydalara bakıldığında kümelenme sayesinde söz konusu pazar, teknoloji, uluslararası rekabet ve diğer alanlar hakkındaki verilere daha kolay ulaşılabilirken müşterilere yönelik özel hizmetler sunmasını, tedarikçilerin belirlenmesini ve insan kaynaklarının uzmanlık alanları doğrultusunda paylaşılmasını kolaylaştırmaktadır.

Literatürde kümelenmenin genellikle arz yönlü sebepleri ve sonuçları (maliyet azalışı, kolay girdi ve bilgi tedariki, vb..) üzerinde durulduğu izlenimi yaygındır. Örneğin, gelişmiş bir kümelenmenin aktörlerini gösterdiği ileri sürülen aşağıdaki liste bu konuda kanımızca iyi bir şekilde fikir vermektedir: (Kartal, 2013, 46):

- Nihai ürün üreticileri,
- Girdi üreticileri ve tedarikçiler,
- Hizmet sağlayıcıları,
- Bağlantılı sanayiler (dağıtım kanalları, vs.),
- Mali kurumlar,

- Altyapı sağlayıcıları,
- Lojistik desteği,
- Bilgi üreten kurumlar,
- Bu unsurlar arasında diyalog mekanizmaları kuran STK'lar,
- Akademik çevre,
- Kamu kurumları.

Bu listenin bize verdiği fikir şudur: Ortada bir nihai ürün (ürünler) ve onu üreten işletmeler (listenin en başındakiler) vardır. Aynı bölgede bulunan diğer unsurlar bunun üretilmesini (arzını) ve rekabet gücü kazanmasını kolaylaştırmaktadır. Aynı zamanda bu diğer unsurların işletmecilik faaliyeti ile ilgili olanları da kendileriyle aynı bölgede üretilen bu nihai ürünün varlığı sayesinde verimli bir şekilde faaliyet gösterme ve yaşama şansı bulmaktadırlar.

Fakat kanımızca, kümelenmenin “talep” ile ilgili bir yönü de bulunabilir. Listenin en başında yer alan “nihai ürün”ün birden fazla çeşit olabileceğinin hesaba katılması, bunu anlamayı kolaylaştırabilir. Örneğın, Bursa’da bir “Bıçakçılar çarşısı” vardır. Her bıçakçının ürünü nihai üründür. Bıçakçılar birbirlerine girdi tedarik etmemelerine rağmen, bir araya toplanmalarının nedeni, bıçak satın almak isteyenlerin, seçme şanslarının daha fazla olacağı düşüncesiyle bu çarşıya gideceklerinin bilinmesidir. (Bkz. Dinler, 1978)

Talep yönlü sebeplerden kaynaklanan kümelenme projeleri, ürünlerin yine üretildikleri yörede tüketildiği durumlar için sözkonusudur. Doğal olarak bu noktada, “turizm kümelenmesi” ile ilgili bazı kümelenme olguları ve projeleri gündeme gelmektedir.

Kümelenmenin arz yönlü sebepleri, turizm kümelenmelerinde de vardır. Fakat talepsel sebeplerden kaynaklanan bir yön de bulunmaktadır ve bu yön, başka faaliyet konularıyla ilgili kümelenmelere nazaran, turizm kümelenmelerinde çok daha belirgindir. Örneğın turist belli bir destinasyondaki konaklama işletmesine rezervasyon yapmış ve gelmiştir. Fakat geldikten sonra, buradaki turistik eşya satıcılarından turistik eşya veya bağımsız restoranlardan yiyecek hizmeti de satın alabilir. Veya turist gittiği yerde günübirlik bir tekne gezintisine de çıkabilir. Bu tür işletmelerin kurulduğu yerin, turistik konaklama işletmelerinin bulunduğu yerle aynı olması kanımızca, talep yönlü sebeplerden kaynaklanan kümelenmenin bir örneğini

oluşturmaktadır. Fakat gerçekte, “talep yönlü” dediğimiz faktörlerin altında, -üstü örtülü olarak- arz yönlü faktörler de yatıyor olabilir. Yani aslında bunlar bir bakıma iç içe olabilir. Örneğin konaklama işletmelerinin varlığı, turistik tekne gezintisi sunan işletmelerin turiste ulaşmasının maliyetini sıfırlamaktadır. Çünkü tekne gezintisine katılmaları için onları memleketlerinden getirmeye çalışmak ve bunun için bazı maliyetlere katlanmak gerekmemektedir. Turist zaten bölgeye “gelmiş” tir ve gelmiş olması, konaklama işletmelerinin varlığı sayesinde. Turist konaklama işletmesini “talep etmiş olduğu” için, turistik tekneyi de “talep etmiş” tir. Bu nedenle burada talep yönlü bir kümelenmeden söz etmek mümkündür.

Turistin seyahatte birden fazla amacının bulunabilmesinin de (ki bu, seyahatten alınan doyumunu en üst düzeye çıkarmakla ilgili olabilir.) bu tür bir kümelenmeyi teşvik ettiği düşünülebilir. Örneğin Kuşadası’na gelmiş olan turistler, “hazır gelmiş iken” tarihi “Efes” kentini veya şarapları ve fantastik dokusuyla ünlü olan “Şirince” kasabasını da ziyaret etmek isteyebilirler. Özellikle bizim çalışmamızla yakından ilişkili olan ve çalışmamızın konusunu seçmemize ilham veren olguların, bu tür olgular olduğunu söyleyebiliriz. Denilebilir ki, Şirince kasabasını ziyaret, Kuşadası bölgesindeki kitle turizminin bir uzantısıdır. Birçok turistin sırf Şirince’yi görmek için uzak yerlerden kalkıp geldikleri -herhalde- kolayca kabul edilemeyecek türde bir düşüncedir. Acaba “ekoturizm” olgusu için de buna benzer bir gerçek var mıdır? Ekoturizm de aslında kitle turizminin bir uzantısı mıdır? Aşağıdaki ilgili kısımda da görüleceği gibi, -Türkiye için konuşmak gerekirse- ekoturizm işletmelerinin coğrafi dağılımının durumu, böyle bir soru’nun çok da yersiz bir soru olmadığını göstermektedir.

Konuya bakış açımızı biraz daha olgunlaştırmak açısından, “turizm kümelenmesi” olgusu ve bunun örnekleri üzerinde durmak yararlı olabilir. Bunu aşağıdaki kısımda yapmaktayız.

### **3.2.3. Turizm Kümelenmeleri**

Başlangıçta endüstride uygulanmaya başlayan kümelenme sistemi, turizmin gün geçtikçe büyümesi ve çeşitlenmesiyle beraber turizm sektöründe de uygulanmaya başlamıştır. Daha önce de belirtildiği gibi turizm, hizmet sektörünün vazgeçilmez bir parçası, bel kemiğidir. Dünya Turizm Örgütü’ne (World Tourism Organization – WTO) göre turizm, gelecekte de sürekliliğini koruyacak, sürekli iş

fırsatları yaratacak ve ekonomik kazanç sağlayacak birkaç önemli sektörden birisidir. Bu nedenle turizm sektörü devletler tarafından özellikle üzerinde durulan, desteklenen bir sektördür. Bölgesel ve ulusal kalkınmanın bir aracı sayılan turizm, günümüzde hala birçok ülke ve bölge için gelir ve istihdam yaratan bir kaynaktır (Eraslan ve diğerleri,15).

80'lerden sonra hızla gelişmeye ve küreselleşmeye başlayan turizm sektöründe yer edinebilmek ancak işletmeler arasında belli bir koordinasyonla sağlanabilir. Bu aşamada acil durumlara uyum sağlayabilmek, sektöre ait gelişmelerden anında haberdar olmak, buna bağlı olarak ürün/fiyat gibi özelliklerin sürekli geliştirilmesi ve kalitenin sürdürülebilirliği açısından kümelenme kavramı turizm sektöründe yerel ve bölgesel gelişmenin göze çarpan kavramlarından biri olmuştur (Kuşat,2010,127).

Türkiye'de turizm kümelenmesine ait ilk veriler 2000 yılında İstanbul-Sultanahmet'te yapılan çalışmalara dayanmaktadır. Yüzyıllar boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olan İstanbul'da birçok eser, saray, kilise, cami sinagog bulunmaktadır. 1999 depremi ve küresel ölçekte yaşanan bazı sıkıntılar Sultanahmet'teki turizm hareketliliğini de etkilemiştir. O yıllarda otel fiyatları 20 dolar civarında olsa bile tam bir doluluk sağlanamamıştır. CAT (Competitive Advantage of Turkey) tarafından 2000 yılında başlatılan ve 5 yıl süren kümelenme çalışmaları, 3 aşamalı olarak yapılmıştır. Bu aşamaları şu şekilde açıklamak mümkündür:

- Sultanahmet bölgesi turizm sektörünün uluslararası rekabetçilik analizi
- Sultanahmet bölgesi kümelenme analizi
- Sultanahmet turizm kümelenme geliştirme aşamaları.

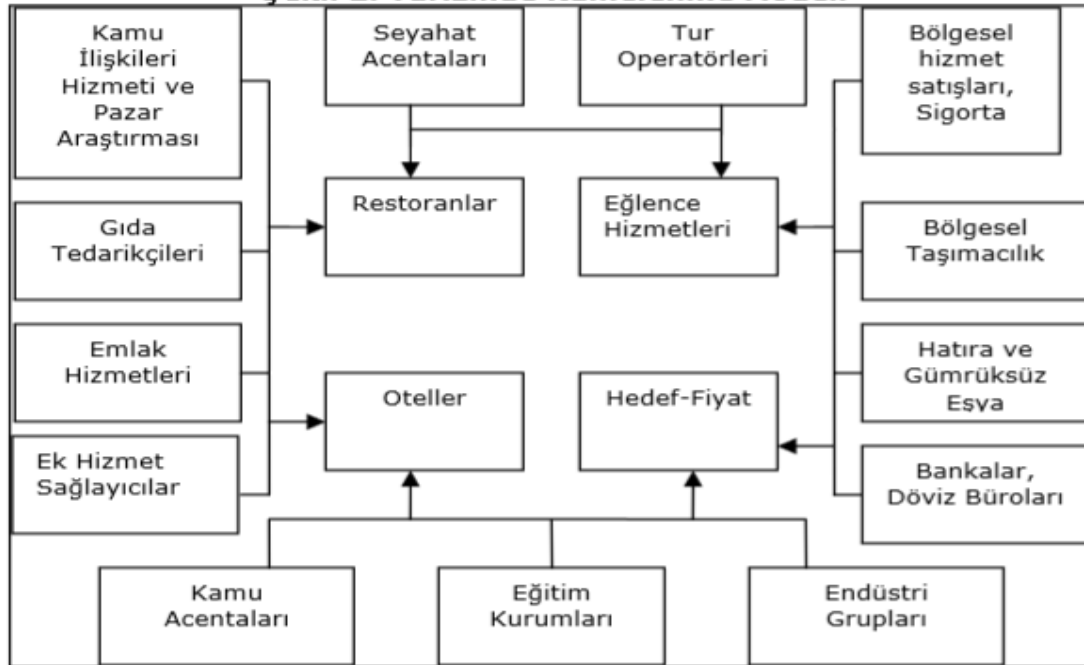
Sultanahmet'te yapılan bu çalışmalar "birlikte rekabet" anlayışını geliştirmiş(bkz. Bozkurtoğlu,2013), böylece diğer turizm kümelenmelerine öncü olmuştur ( Kartal,2013, 143)

Nordin'e göre turizm bugün bile dünya ekonomisinde en az araştırılmış, sınırlarının tam olarak bilinmediği bir sektördür. Turizm sektöründe ürün üretildiği anda tüketildiği için diğer sektörlerde olduğu gibi müşteriye sunulmadan kalite kontrolü yapılamamaktadır. Fakat bir turist'in seyahati esnasında yaşamış olduğu



deneyimler ve almış olduğu haz, sunulan bütün hizmetlerle ilişkili olduğu için yani parçalardan birinin eksik olması turistin o destinasyona bir daha gelmesini engelleyebilir. Yine aynı şekilde eğer sunulan hizmetin kalitesi iyiye, çalışanlardan ve yerel halktan samimi bir davranış görmüşlerse müşteri memnun kalabilir, bu durumda sinerji etkisi sağlanmış olur (Göçen,2013,70). Sağlanan bu sinerji etkisi daha çok turistin gelmesine dolayısıyla küme içerisindeki diğer aktörlerinde pazardan pay almasına, kazançlı çıkmasına sebep olabilir. Küresel Rekabet Raporu 2006 (Global Competitiveness Report 2006-2007)' da turizm sektörü için bir kümelenme modeli ortaya koymuştur. Bu kümelenme modeli aşağıdaki Şekil 3 de gösterilmiştir.

**Şekil 3: Turizmde Kümelenme Modeli**



**Kaynak: Kuşat, N. , Alanya İşletme Fakültesi Dergisi 2/2 (2010)115-138**

Şekil 3'te görüldüğü gibi turizm içerisinde gıda, ulaşım, konaklama, tur şirketleri ve bölgedeki esnaflarında da bulunduğu irili ufaklı birçok sektöre rant sağlamaktadır. Ancak iyi bir turizm kümelenmesinin olabilmesi için gerekli olan faktörler: altyapı, ürün ve hizmet gelişimi, devlet ve özel sektör koordinasyonu, kişiler ve yetenekleri, özel sektör yatırımı, yasal çerçeve ve iletişim için ortak mesaj ve medya ile planlı ve olumlu ilişkilerdir. Bu bağlamda sürdürülebilir yaklaşımları benimseyen, kaliteli hizmet sunan, eşsiz özelliklere sahip, hikâyesi olan, farklılığını vurgulayabilen, altyapısı gelişmiş, imajını çizmiş, kümeleme olarak marka olmuş ve

bu özelliklerini medyaya doğru iletmiş turizm kümelemeleri, destinasyonlar arasından sıyrılarak ön plana çıkmakta ve rekabet güçlerini artırmaktadırlar.

#### **3.2.4. Turistik Destinasyonlarda Birden Fazla Çekiciliğin Bulunabilmesi Olgusu ve Kümelenme**

Kelime anlamı olarak “varılan yer” olarak tanımlanan destinasyon ([www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr)), turizm literatüründe aynı coğrafi bölge içerisinde konumlanmış, tarihi, kültürel, doğal varlıkları olan ve bu varlıkları turistlere sunabilecek, bölgeye özgü aktivitelerin geliştirildiği, konaklama, beslenme, ulaşım ve iletişim gibi altyapı özelliklerine sahip belli bir marka imajı olan yer olarak tanımlanmaktadır (Güripek,E., 2013, 47).

Dünya turizmindeki gelişmeler ve değişen turist talepleri, turizm pazarlamasını ülke boyutundan destinasyon boyutuna taşımıştır ve yeni destinasyonlar ile yeni turistik ürünler ortaya çıkmaya başlamıştır. Durum böyle olunca turizmin bölgesel anlamda gelişebilmesi için, destinasyon pazarlaması üzerinde daha çok yoğunlaşması ve girişimlerde bulunması gerekmektedir (Ersun ve Arslan,2011:229).

Destinasyon pazarlamasının iyi yapılabilmesi destinasyonun turizm potansiyeline, belli bir turistik amacının olmasına, paylaşılabilir “ortak bir vizyona” sahip olmasına, rekabet yeteneğinin olmasına, pazarlama karmasına, pazarlama stratejisine, belli bir imajının olmasına, turistik ürünlerin konumlamasına, destinasyon markasının yaratılmasına ve tanıtım faaliyetlerinin güçlü olmasına bağlıdır (Ersun ve Arslan, 2011:234-241).

Turistlerin ilgisinin cezbedilebilmesi için destinasyon tanıtımında kullanılacak olan kaynaklar ( web siteleri, sosyal medya, broşürler, bakanlıkların tanıtım kanalları vb.) bölgeye ait olan turistik çekicilikleri bir “küme” halinde vermektedir. Bir bölgenin tanıtımı yapılırken de turistlerin aklındaki “oraya nasıl gidilir”, “nerede konaklamalı”, “görülecek neler var” ve “neden görmeliyim” gibi sorulara cevap verecek nitelikte reklamlar hazırlanır.

Yukarıda da belirtildiği gibi, destinasyonların turistik tanıtımlarında ve ya bir destinasyon için yapılan değerlendirmelerde çoğu zaman, “aynı yörede birden fazla turistik çekiciliğin bulunması” olgusu üzerine vurgu yapıldığına çok rastlanır. Hatta

ülke tanıtımlarında bile bunu görmek mümkündür. Örneğin Türkiye tanıtılırken güneş, tarih, kültür, eşsiz doğa özellikleri, vs.. gibi sayıları çok fazla olan ve -aynı ülke içerisinde olsalar da- coğrafi olarak da birbirine yakın olmayan özelliklerin reklamının yapıldığı görülür.

Gerçekte ise Türkiye'ye gelmeye karar veren herhangi bir turistin tüm ülkeyi karış karış gezeceği düşünülemez. Dolayısıyla, “madem bunların hepsi var, o halde Türkiye'ye gitmeliyim” gibi bir düşünce -herhalde- sözkonusu olmamaktadır. Yine de, tanıtım broşürlerinde herbiri ülkenin ayrı destinasyonlarında bulunan özelliklerin hepsinden -aynı broşürde- sözedilmesi, “aynı tanıtım veya broşür masrafiyla”, potansiyel turistlerin hepsine ulaşma amacıyla ilgili olsa gerektir.

Fakat nispeten dar olan bir bölgede birçok çekicilik varsa, turisti sözkonusu destinasyona getirmek açısından, bu davranış daha anlamlı olabilir. Turistin, veri seyahat bütçesiyle seyahatten elde edeceği doyumunu maksimum düzeyde tutmak gibi bir amacının bulunduğu varsayımı da böyle bir politikayı gerektirebilir.

Destinasyondaki turistik çekiciliklerin birden fazla oluşundan oldukça “olumlu” birşey olarak söz edilmesine, turizm kümelenmesi üzerine yazılmış olan dokümanlarda da rastlayabilmekteyiz. Farklı turistik çekicilikleri temsil eden işletme faaliyetlerinin temsilcilerinin bir araya gelip iletişim içerisinde olmaları da bir kümelenme faaliyeti olarak kabul edilebilmektedir.

Turizm kümelenmelerinde talep yönlü sebeplerin önemli bir rol oynayabildiğine daha önce değinmiştik. İster arz yönlü sebeplerle olsun, ister talep yönlü sebeplerle olsun, “kümelenmenin yararı” ndan söz ediliyorsa ve kümelenme projelerinde yöredeki farklı turistik çekiciliklerle, bunları temsil eden farklı tür işletmelerin bahsi geçiyorsa, bunun bizde uyandırdığı izlenim şudur: Acaba turizmin aynı bölgedeki farklı tipleri birbirine bağımlı mıdır? Acaba bunlar ancak birarada mı gelişebilirler? İşte, “yoksa ekoturizm kitle turizminin bir uzantısı mıdır?” tarzında bir soru da bu noktada ortaya çıkmaktadır. Yine de bundan peşin olarak çok emin olmamak ve konuyu irdelemek gerekmektedir. Bunu biraz açıklayalım:

Kümelenme konusu sadece işletmelerle ilgili bir konu değildir. “Küme”nin işletmeler dışında da aktörleri (STK lar, kamu, vb.. gibi..) bulunmaktadır. Her farklı turistik çekicilik, farklı bir işletme faaliyetine tekabül etmeyebilir; veya etse bile, bu

işletmeler birbirini dışlamayan türde olabilir. Örneğin kümelenme ile ilgili bir çalışmada (Gökdeniz,2015,47) Ayvalık'ın zenginlikleri anlatılırken Cunda Adası'ndan, Sarımsaklı Plajı'ndan, Truva ve Çanakkale şehitlikleri ile Midilli Adası'na çok yakın oluştan söz edilmektedir. Herhangi bir turist seyahati süresince Ayvalık'da hep aynı konaklama işletmesinde kalarak, bu zenginliklerin hepsini tadabilir. Cunda'da, Sarımsaklı'da da turistin hizmet satın aldığı işletmeler de bulunabilir. Fakat bunlar konaklama işletmesi değil, restoran, kafeterya ya da plaj hizmeti gibi farklı hizmet türü veren, kısacası turistin kaldığı konaklama işletmesini dışlamayan (onunla rekabet halinde sayılmayan türdeki) işletmelerdir. Ancak, yine kümelenme konusu üzerine yazılmış başka dokümanlarda, kümelenmenin yararı, farklı konaklama işletmesi türü gerektiren farklı turizm tipleri için de belirtilmektedir. Örneğin şu ifadeler bu açıdan oldukça çarpıcıdır:

“Turizm kümelemeleri, genel turizm işletmeciliğine ilişkin işletmeler ve alt sektörden oluşan organizasyonların yoğunlaşması ve koordinasyonu kadar, spor turizmi, eğitim turizmi, yat turizmi, karanlık turizm, golf turizmi, kongre turizmi, termal turizm, yayla turizmi, sağlık turizmi gibi farklı turizm çeşitlerinin bir bölgede yoğunlaşması ile de oluşabilmektedir”(Pınar, 2013).

Bu ifadelerdeki listede yer alan termal turizm, yayla turizmi, yat turizmi gibi turizm türlerinin gününbirlik gerçekleştirmelerinin zor olduğu, her birinin ayrı konaklama gerektirdiği ve üstelik farklı nitelikteki konaklama tesisleri gerektirdiği açıktır. Bunlar yine de “arz yönlü sebepler” açısından hepsi bir küme içerisinde yer alan aktörler olabilirler. Örneğin, “kalifiye servis elemanı” temini açısından bölgenin tümü için kurulmuş olan ve kuruluşunda kendilerinin de payı bulunabilen “ajanslar” dan hepsi faydalanabilir. Fakat burada “talep yönlü sebepler” den kaynaklanan bir kümelenmenin varlığından söz etmek konusunda ihtiyatlı olmak gerekmektedir. Bölgenin reklamının ortak bir şekilde yapılması maliyetten tasarruf demektir ve bu da kümelenmenin arz yönüdür. Talep yönlü bir kümelenmeden söz edebilmek için belli bir turizm çeşidi için gelen turist, aynı zamanda diğer turizm çeşitlerini de tatması gerekir. Acaba gerçekten de, “ortak çabalarımızla turisti yeter ki bölgeye çekelim; gelen turist biraz yayla turizmi, biraz yat turizmi biraz da termal turizm yapacaktır” tarzında düşünmek mümkün müdür? Ya da bu düşüncenin işaret ettiği olgu gerçek midir? (ki bu düşünce, turistin birden fazla sebeple seyahat ettiği görüşüne de uygun bir düşüncedir.) Buna peşin olarak olumlu ya da olumsuz cevap

vermektense, öyle olup olmadığını -deyim yerindeyse- “sahaya inip” araştırmak gerektiği kanısındayız. Çalışmamızın “anket kısmında bu “sahaya inme” araştırmasını Fethiye bölgesindeki “ekoturizm” için yapmaktayız. Bu arada, “ekoturizm acaba bir bölgeye yönelik kitle turizminin -ya da bölgeye yönelik genel turizmin- bir uzantısı mıdır?; yoksa bağımsız mıdır? sorusunu, aslında kümelenme meselenin “taleple ilgili bir yönü” de bulunup bulunmadığını soran bir soru olarak gördüğümüzü de belirtelim. Çünkü arz yönlü sebeplerin genellikle hep var olduklarını zaten bilmekteyiz.

### 3.2.5. Ekoturizm İşletmelerinin Türkiye’deki Coğrafi Dağılımı, “Ulaşılabilirlik” (Accessibility” Kavramı ve Kümelenme)

Ekoturizm faaliyetleri Amerika ve Avrupa’da 100 yılı aşkın bir süredir var olmasına rağmen, Türkiye’de yeni yeni tanınmaya başlayan bir turizm çeşididir. Artan rekabet koşulları daha küçük, henüz el değmemiş bölgeleri de turizme kazandırmayı gerekli kılmıştır. Böylece kırsal kesimde yaşayan insanların da faydalanabileceği hatta kendi girişimlerini yapıp ekonomik fayda sağlanabilmesi hedeflenmiştir. Ülkemizde TaTuTa ( Tarım-Turizm-Takası) tarafından desteklenen tatil çiftlikleri Harita 1’de görüldüğü gibi daha çok Ege, Akdeniz ve Karadeniz’de toplanmıştır.

#### Harita 1: Türkiye’deki Ekoturizm İşletmelerinin Dağılımı



**Kaynak:** <http://www.tatuta.org/?lang=tr&> , 2.9.2018.

Harita 1’de gösterilen tatil çiftliklerine ayrıntılı olarak bakacak olursak:

Doğu Anadolu Bölgesinde:

- Erzurum/Pasinler-Çöğender Köyü (Saydam Ailesi Çiftliği),
- Erzincan/Kemaliye-Apçağa ve Ergü Köyleri (Kemaliye Evleri),

#### Karadeniz Bölgesinde:

- Artvin/Borçka-Camili Köyü (Macahel Evleri),
- Rize/Hemşin-Kantarlı Köyü (Hemşin Evleri),
- Gümüşhane/Kelkit-Kınalıtaş Köyü Kaş Beldesi (Kelkit Evleri),
- Tokat/Honça (Honça Tokat Evi),
- Tokat/Niksar-Sulugöl Köyü (Küçükağa Çiftliği),
- Samsun/Terme-Çamlıca Köyü (Muhtar'ın Çiftliği),
- Amasya/Gümüşhacıköy (Bayrak Ailesi Çiftliği),
- Sinop/Kabalı Köyü (Yüksel Baba Çiftliği),
- Kastamonu/Şenpazar-Âşıklı, Harmangeriş ve Demirkaya Köyleri (Küre Dağları Evleri),

#### Marmara Bölgesinde:

- Düzce/Çimli-Topçular Köyü (Özlü Ailesi Çiftliği),
- Sakarya/Söğütlü-Maksudiye Köyü (Jade Çiftliği),
- Yalova/Armutlu-Mecidiye Köyü (Thuya Eko Pansiyon),
- İstanbul/Beyoğlu (Buğday Evi),
- Çanakkale/Eceabat-Yalova Köyü (Klan Çiftliği),
- Çanakkale/Lâpseki-Beypınar Köyü (Görgün Çiftliği),
- Çanakkale/Küçükuyu-Adatepebaşı Köyü (Kaz Dağları Evleri),
- Çanakkale/Ayvacic (Ahmetçe Köyü Dhara Zeytinlikleri ve Yağhanesi),

#### Ege Bölgesinde:

- Manisa/Salihli-Tekelioğlu (Tekelioğlu Köyü Çiftlikleri),
- Aydın/Kuşadası-Davutlar (Gürsel Tonbul Çiftliği),
- Muğla/Datça-Yazıköy (Knidia Çiftliği),
- Muğla/Fethiye-Dereköy (Dereköy Çiftlikleri),
- Muğla/Fethiye-Yanıklar Köyü (Pastoral Yaşam Çiftlikleri),
- Muğla/Fethiye (Patika),
- Afyon/Başmakçı (Ersöz Ailesi Çiftliği)

Akdeniz Bölgesinde;

- Antalya/Elmalı-Akçaeniş Köyü (Tanal Ailesi Çiftliği),
- Antalya/Kemer-Çıralı (Ulupınar Köyü Çiftlikleri),
- Antalya/Geyikbayırı (Rasayana Çiftliği),
- Burdur/Ağlasun (Ağlasun Gül Çiftlikleri),
- Isparta/Aksu (Timbriada Çiftliği),
- Isparta/Eğirdir-Yukarı Gökdere Köyü (Yaşam Çiftlikleri),

Güneydoğu Anadolu Bölgesinde:

- Şanlıurfa /Birecik -Birecik Doğa Evleri
- Diyarbakır/ Bismil- Ata'dan Çiftliği

Haritaya bakıldığında, turizme alternatif olduğu iddia edilen ekoturizm işletmelerinin, genel olarak turizmin -az ya da çok- gelişmiş olduğu yerlerde buldukları olgusu, çarpıcı bir biçimde dikkat çekmektedir.

Bu görünüm ilk bakışta, ekoturizmin kitle turizminin bir uzantısı olduğu ve ancak ona bağlı olarak gelişebileceği hipotezini destekler niteliktedir. Çünkü Akdeniz ve Ege kıyılarına yakın yerlerde, eko-işletmelerin çoğunluğu bulunmaktadır. Gerçi kitle turizminin çok gelişmiş olmadığı Karadeniz Bölgesi'nde de -Akdeniz ve Ege'deki kadar olmasa da- önemli sayılabilecek bir oran sözkonusudur. Ayrıca, iç kesimlerde ve Güneydoğu'da eko-işletmelerin yok denecek kadar az olması, iklim, arazinin genellikle bozkır olması ya da terör gibi olgularla da açıklanabilir. Yani haritadan hareketle, bu konuda kesin bir sonuca varmak zordur. Çalışmamızın sonunda anket sonuçlarımızı da gözönüne alarak bu haritayı yeniden hatırlayacak ve gerçekten öyle olup olmadığını değerlendirmeye çalışacağız. Elbette ki, ekoturizmin kitle turizmine bağımlı olduğu düşüncesinde bir gerçek payı varsa bile, bunun sadece arz yönlü sebeplerden kaynaklandığı, yoksa talep yönlü sebeplerin de bunda rolünün bulunup bulunmadığını bu harita bize söylememektedir.

Ekoturizmin, kitle turizminin az ya da çok bulunduğu yerlerde gelişmesi, ulaştırma imkânlarıyla da ilgili olabilir. Bilindiği gibi, potansiyel bir destinasyonun turizme açılabilmesinin temel şartlarından birisi ulaştırmadır. Bir eko-köyün bulunduğu ortam ne kadar harika olursa olsun, turist tarafından gidilebilir olmadıkça

bu bir anlam ifade etmez. Fakat bilinmektedir ki, ulaştırma altyapısının sadece tek bir faaliyet için meydana getirilmesi ekonomik bir davranış değildir. Ulaştırmanın gelişmiş olduğu bir yer, birçok faaliyet türünün gelişmiş olduğu bir yer olmak durumundadır. Bir bölgede ulaştırmanın bulunabilmesi açısından, faaliyet türlerinden birisi “ekoturizm” ise, diğerleri de yine turizmin başka türleri olmak zorunda değildir. Fakat sanayi tesislerinin yarattığı kirlilik, ekoturizm ortamıyla çelişki oluşturur. Gerçi, kitle turizminin evre düşmanlığı sıfır düzeyinde olmasa da, sanayi kadar da değildir. Bu da ekoturizm işletmelerinin niçin genellikle kitle turizminin geliştiği yerlere yakın yerde olduklarının bir çeşit açıklaması sayılabilir. Gerçi meselenin ulaştırma olgusuyla ilişkilendirilmesi de, ekoturizmin genel turizme -doğrudan olmasa da, dolaylı bir biçimde- bağlı olduğunu söylemek demektir. Ama bu bağlılık talep yönünden değil, arz yönünden bir bağlılıktır.

Bu arada ilginçtir ki, ekoturizm işletmecileri bazen, ortalığın kalabalıklaşıp, ortamlarının bâkir niteliğinin bozulmaması için, işletmelerinin biraz “zor ulaşılabilir” olmasını arzu edebilmektedirler. (alışmanın Dördüncü bölüm’nde buna değinilecektir.) Bu ise yukarıdaki paragrafta belirttiğimiz “ekoturizmin ulaştırma imkânları açısından kitle turizmine bağlılığı” olasılığını zayıflatır nitelikte bir olgu sayılabilir.

### **3.2.6. Ara Sonuç: Ekoturizmin Yorumlanması Açısından, “Kümelenme” Kavramının Beraberinde Getirdiği ağrışımlar**

Literatürde kümelenme olgusu, rekabet gücünü artıran bir olgu olarak ele alınmıştır. “Rekbet” kelimesini mutlaka “rakipler aleyhine” pazar payını büyütmeyi amaçlayan sıkı bir mücadele ile özdeşleştirerek, “kıyasıya” bir rekabet anlamında ele almamak gerekir. Bir faaliyetin (ya işletmenin) piyasada yaşamaya “muktedir” oluşu, o faaliyetin rekabet gücünün bulunduğunu söylemek için yeterlidir (bkz. Gürbüz, 1998, 52-54). O halde “kümelenme” eylemlerini de çok ekstrem bir olgu olarak değil, işletmelerin “yaşayabilmesini” sağlayan çabaların bütünü olarak görmek mümkündür. Kümelenme, aynı bölgede bulunan ve kaderlerinin ortak olduğunu düşünen iktisadi aktörlerin ortak aktif çabaları anlamına gelmektedir. Yani, işletmelerin kaderlerini “ortak” kılan, kümelenme eylemi değildir. Kaderlerinin ortak olduğunun idrki kümelenmeyi beraberinde getirmiştir.



Kümelenme teorisinin bizim çalışmamıza katkısı, “acaba belli bir destinasyondaki herhangi bir turizm tipinin (sözgelimi ekoturizmin) varlığı, bölgede başka turizm tiplerinin de mevcut olması sayesinde midir?” sorusunu bize sordurtması bakımındandır. Kümelenme çabaları işletmelerin yaşamasını kolaylaştırmakta (ya da sağlamakta)dır. O halde demek ki, böyle bir çabanın bulunmadığı durumda, yaşamaları daha zordur. Kümelenme teorisinin mesajı kısaca budur. Kümelenme böylesine iyi sonuçlar veriyorsa, bu aynı zamanda, ayrı ayrı faaliyetlerin başarılarının birbirlerinin varlığına (kümelenme çabaları olmadan da...) bağlı olduğu yönünde bir ipucu teşkil etmektedir. Ekoturizm işletmelerinin coğrafi dağılımı da bu ipucunu -bir anlamda- desteklemekte ve bu çalışmayı yapmamızı haklı kılmaktadır.

Yine de, ekoturizmin kitle turizmine bağımlı olduğu görüşünden peşin olarak çok emin olmamak gerekir. Sebeplerini açıklayalım:

1) Herhangi bir turistik çekiciliğin turistler açısından bir anlamı olabilmesi için, onun “ulaşılabilir” olması gerektiğini bilmekteyiz. Ulaşılabilir olan yerler, ulaştırma imkanlarının da (yol, vb.) gelişmiş olduğu yerlerdir. Fakat ulaştırma imkânları burada ekoturizm dışında başka birçok faaliyet bulunduğu için gelişmiş de olabilir. Başka faaliyetlerin varlığı ise çevreyi olumsuz yönde olmak üzere biraz değiştirebilir. (ki, bu durum ekoturizmle zıtlık oluşturur.) Eğer bu başka faaliyetler, ekoturizm dışında kalan başka tür turizm faaliyetleri ise çevre bozulmasının derecesi daha az olabilir. Ama yine de aynı şeyi söyleyebiliriz. Ekoturizm ise nispeten daha bâkir, bozulmamış bir çevre gerektirmektedir. Kitle turizmi için bölgeye gelen turistler, -sözgelimi- yörede bulunan bir eko-köyü de yakın olduğu için günübirlik ziyaret etmek isteyebilirler. Böylece aşırı bir kalabalık ortaya çıkabilir. Ekoturizm ise -Birinci Bölüm’de de açıklandığı gibi- turist yoğunluğunun rahatsız edici bir düzeyde olmadığı bir turizm türü olarak karakterize edilmektedir.

2) Ekoturizm (özellikle, çalışmamızda konu edindiğimiz eko-köyleri esas alan ekoturizm), farklı bir işletme faaliyetini ve “konaklama” unsurunu içermektedir. Ve bu yönüyle, kitle turistinin “hazır gelmişken bir tekne gezintisine de çıkması olgusuna benzememektedir. Eğer eko-köy işletmesinde kalanların ortalama kalış süresi nispeten uzun ise, bu durum eko-köyün başka turistik konaklama işletmelerini de içeren bir turistik seyahatin (ya da bir turun) bir parçası olma olasılığını zayıflatır

ve ekoturizmi kitle turizminin bir uzantısı olarak düşünmemize engel olur. Durumun gerçekte ne olduğunu anlamak için, gerek ekoturizm işletmesindeki kalış sürelerine, gerekse oraya gelmiş olanların seyahat programlarının kapsamına (aynı seyahat süresi içerisinde başka turistik işletmelerde de kalıp kalmadıklarına) bakmak gereklidir. Literatürde bu meseleye vurgu yapan herhangi bir çalışmaya rastlamadık. Çalışmamızın “anket” kısmında araştırılacak olan konulardan birisi de budur. Eko-köyde, gelenlerin kalış sürelerinin genel olarak uzun ve gelenlerin sırf bölgedeki bu eko-köyde konaklamak amacıyla bölgeye gelmiş oldukları saptandığı takdirde, “ekoturizmin bağımsızlığı” görüşü kuvvetlenmiş olur. Gerçi bu, talep yönünden bir bağımsızlıktır. (Gerçi zaten biz de esas olarak meselenin bu yönüyle ilgileniyoruz.) Arz yönlü faktörler göz önüne alındığında ise, aynı bölgede kitle turizminin de var oluşunun ekoturizme belirli ölçüde yararının olduğu ve bu nedenle kısmî bir bağımlılığın bulunduğu saptanabilir. Ama bu tür bağımlılık, ekoturizmin bölgedeki başarısının, bölgedeki kitle turizminin başarısına bağlı olması türünde kuvvetli bir bağımlılık değildir. Bundan ziyade, kitle turizminin yararlandığı bazı imkânlardan (burada, hizmetlerin üretilmesi için gerekli olan bazı imkanları kastediyoruz.) ekoturizm işletmelerinin de yararlanabilmesiyle ilgili, sınırlı bir bağımlılıktır.

### **3.3.Ekoturizm Olgusuna “Turistik Deneyim” Kavramı Açısından Bakış**

Turizm faaliyetleri çoğunlukla deneyimler üzerine kurulmuş bir süreci oluşturmaktadır. Yaşam kalitesinin artmasıyla birlikte turistik ürünlerin deneyimsel fonksiyonu da ön plana çıkmaktadır. Turizm ürünlerinin fantezi, duygu ve eğlence boyutlarıyla zenginleştirilmesi turizm ürünlerinin bulunduğu bölgeleri adeta bir tiyatro sahnesine dönüştürmektedir. Hal böyle olunca, turizm üreticileri, turistlerin özel deneyim yaşayabilecekleri alanlar oluşturma yoluna gitmektedirler. Böylece turizmin “deneyimsel boyutu” işletmeler açısından değerlendirilip, yeni turistik ürünler üretilmektedir ve bu şekilde turistik işletmeler rekabet güçlerini artırmış olmaktadır (Çelik, A. ve Oral, 2013, 171).

Aşağıda öncelikle turistik deneyimin tanımı üzerinde durulacak ve turistik deneyimi rutin deneyimlerden ayıran özelliklere değinilecek; sonra da turistik deneyimin çeşitleri ve bunların ekoturizmle ilişkileri incelenecektir.

### 3.3.1. Genel Olarak “Turistik Deneyim” Kavramı

Akademik çalışmalarda turistik deneyim konusunda birçok tanımlama yapılsa da araştırmacıların tamamen hemfikir olduğu bir tanım bulunmamaktadır. Literatürde turistik deneyim kavramının turist deneyimleri ve işletme yönetimi açısından iki boyutu olduğunu söylemek mümkündür. Buna göre turist açısından “deneyim” kavramı; turistin yaptığı tatile dair anılarının, hissiyatının, olumlu/olumsuz düşüncelerinin ve tatili süresince yaptıklarıyla, yaşadıklarının tümünü ifade etmektedir. İşletmeler açısından bakıldığında ise, turistlerin ilgisini çekmek, onlara daha iyi, daha unutulmaz bir tatil yaşatmak adına turistik ortamları ilginç hale getirmeye çalışma gibi çabaları içerebilmektedir (İlban ve Güleç,2017,40). Bunlara örnek olarak İstanbul’daki bazı otellerde görülmeye başlayan “tatilin hikâyeleştirilmesi” şeklindeki uygulama verilebilir. Bu projeye göre, turistler havalimanından oteldeki tatilin sona ermesine kadar kendilerini belli bir hikâyenin içinde bulmaktadır. Oteldeki lobi, restaurant, odalar ve diğer mekânlar Osmanlı ve Selçuklu gibi Türk devletlerini hatırlatan objelerle süslenmektedir (Örnek olarak, “Sura Hotel” i gösterebiliriz).

Turistlerin gezi sırasındaki davranışları günlük rutinlerinden oldukça farklıdır. Turistler normalde sergiledikleri davranışlarda bile tatildeyken bir olağanüstülük aramaktadır. Olağandışı faaliyetlerin özellikle aranması, destinasyona olan yabancıliğin turistin kimliğinin bir parçası olması, fotoğraflarla ve alınan hediyelik eşyalarla turistik deneyime süreklilik kazandırılması ve günlük yaşamda karşılaşıldığında çevreden olumsuz tepkiler alabilecekken, tatilde normal karşılanan davranışların sergilenmesi turistik deneyimin özelliklerindedir (Doğan,2004,59). Turizm gibi dinamik bir sahada, turistik deneyim kavramına birçok örnek vermek mümkündür. Ancak bunların ayrıntılarıyla incelenmesi zor olacağından turistik deneyimin özelliklerinden kısaca bahsetmek daha yerinde olacaktır. İnsan davranışlarına yansıyan ve kalıplaşan turistik deneyimin temel özellikleri aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- *Turistik deneyim, kuraldışı ve olağan davranışlardan oluşur*

Turistik davranışın kuraldışı ve garip davranışlar olarak ortaya çıkmasının temelinde yatan etmenlerden biri, turistik ortamlarda kurulan ilişkilerin geçici ve yinelenmeyen ilişkiler ve özellikleri içermesidir. Turistlerin sürekli bir ortam içerisinde

bulunmaması onların daha rahat hareket etmesine neden olmaktadır. Öte yandan, turistin kısa süre içerisinde, farklı yerlere seyahat etmesi gerekiyorsa bu durum turistte uyum sorununa yol açabilmektedir. Böyle bir durumda, yeni deneyimlediği ülkenin kültürü kendi kültüründen tamamen farklıysa turistte yalnızlık ve yabancılık duygusu bariz olarak görülmektedir (Doğan,2004,59)

- *Turistik deneyim, anında ve koşulsuz doyumları içerir*

Turistik yolculuklar ve geziler kısa süreli olduğundan tatile çıkan insanlar kısa sürede çok şey yapmak istemektedir. Bu durum, turistlerin insanlara karşı daha cömert ve para harcamaktan çekinmeyen bir hale gelmelerine sebep olur. Öte yandan kısa zamanda çok şey yapmak isteyen turistler, hizmetlerin gecikmesi durumunda daha sabırsız ve öfkeli olabilmektedirler (Doğan,2004,59).

- *Turistik deneyim, gerçeği aramaya yönelik davranışları içerir*

Gezi, bazı durumlarda gidilen destinasyonlarla alakalı araştırma yapmak ve yöreyle alakalı bazı gerçeklere ulaşmak için yapılan bir faaliyettir. Turistler gezerken öğrenmek, öğrenirken değişimi hissetmek ve tatilden geri dönüşünde yepyeni bir benlik istemektedir. Evde sürekli aynı ortamda duran insanlarda bir süre sonra can sıkıntısı ve bıkkınlık görülebilir. Bu da turistik deneyimin bu tip istekleri tatmin edici bir karakterde olması arzusunun beraberinde getirebilmektedir.

Mac Cannell, turistik deneyimlerde görülen “gerçeği arama” fonksiyonunu, bir çeşit “din”e benzetmiştir. Cannell değişen dünyanın şartlarına göre insanların hayatına yön veren ve onların simgeleştirdiği şeylerin artık ne doğaüstü din, ne de din dışı başka inançlar değil “turizm” olduğunu savunmuştur. Ona göre turizm, genel olarak çağdaş insanı simgelemekte; çağdaş bilincin iki temel direğinden birini temsil etmektedir. Bu iki temel direkten birisi dünyayı değiştirmeyi ifade eden “devrim” kavramıdır. İkinci temel direk olan turizm ise, var olan dünyayı kutsal bir varlık yerine koyup, onu korumayı hedeflemektedir (Doğan,2004,61).

- *Turistik deneyim yeni deneyimleri ve yabancılığı içerir*

Turistik deneyim, insanların merak duygusuyla beraber yeni deneyimler kazanmayı da hedeflediği faaliyetleri içermektedir. Turistik etkinlikler, bu etkinliklere katılanlara değişimden kaynaklanan bir tazelik ve heyecan duygusu

kazandırmaktadır. Turistik yaşam biçiminin getirmiş olduğu bu değişim ve yenilik duygusu insanlara bazen hareket kazandırırken, bazen de yeni bir ortama girmenin vermiş olduğu bir çekingenlik ve gerginliğe sebep olabilmektedir. Örneğin turist tatil planını yaparken nerede konaklayacağı, güvende olup olmayacağı, ne yiyip içeceği gibi konularda kararlarını bizzat kendisi vermek zorunda kalabilir. Kısa zaman içerisinde bu kadar plan yapmak turiste ağır gelebilir (Doğan,2004,62).

Diğer taraftan turist girdiği ortamın yabancıdır. Çoğu zaman yeni bir kültürle tanışmanın vermiş olduğu gerginlik, ne yapacağını bilememe durumu vardır. Fakat bununla birlikte, ortamın yabancılığı turiste istediğini eleştirilmeden yapabileceği özgürlüğü de sağlamaktadır. İnsanın, günlük yaşamında sahip olduğu davranışlar, turistik seyahat esnasında yeni bir boyut kazanmaktadır. Turistik deneyim, bu değişikliklerin biçim verdiği deneyimlerdir.

- *Turistik deneyim güvensizliği içerir.*

İnsanlar turistik seyahatler sırasında kendisine tamamen farklı bir ortam içinde bulabilir. Kendisine tanıdık herhangi bir yapı bulamayan turistler, güvenlik gereksiniminden kaynaklanan içine kapanıklık durumuyla karşı karşıya kalabilirler. Bu durum turiste gerginliğe ve diğer insanlarla düzgün iletişim kurmaya engel olabilir. Böylece güvensizlikten kaynaklanan duygu ve davranışlar turistik deneyimi etkileyebilmektedirler (Güleç,2016,26).

Turizm hareketinin yukarıda sayılan özelliklerini çoğaltmak elbette mümkündür. Çünkü dünyanın değişmesiyle birlikte birçok insan karakteri de ortaya çıkmaktadır. Karakterlerdeki bunca değişim turistik faaliyetlerin de daha sofistike ve bireylere özgü olmasına yol açmıştır. Dolayısıyla bireylerin turistik seyahat için almış olduğu kararların ve bu kararlara bağlı olarak yaşamış olduğu deneyimlerin, turistik seyahatten beklediği faydalarla ne derece örtüştüğü gibi bir tartışma da gündeme gelebilmektedir.

### **3.3.2. Turistik Deneyimin Çeşitleri ve Ekoturizmle İlişkileri**

Turistik deneyim kavramının boyutlarını ölçmek amacıyla yapılan çalışmalarda, turistik deneyimin birden çok ve farklı alt boyutlara sahip olduğu görülmüştür. İlgili literatür incelendiğinde turistik deneyim kavramını oluşturan bu alt boyutların; entelektüel gelişim, sosyal etkileşimler ve ilişki geliştirme, yenilik /

macera, etki / hedonizm, aşırı / olağanüstü deneyimler, kimlik oluşumu ve şaşkınlık anları gibi birçok unsurdan oluştuğu görülmüştür (Chandralal,2015,292).

Harman ve Akgündüz'ün (2014,117) yaptığı çalışmada, turistik deneyim kavramı, araştırma yapılan turistlerin yaş, eğitim, medeni durum, çalışma durumu ve sosyal statüsüne göre değişiklik göstermektedir. Bu yüzden bu kavramın boyutlarını tek tek incelemek yerine bunların hangi yaklaşımlar altında oluştuklarına bakmak gerekir.

Zhang (2009,139), Maslow'un "ihtiyaçlar hiyerarşisi" kavramından esinlenerek, "turistik deneyim" konusu açısından buna benzer tarzda, "deneyimsel değer hiyerarşisi" diye bir kavram geliştirmiştir. Deneyimsel değer hiyerarşisi, tıpkı ihtiyaçlar hiyerarşisindeki gibi en temel deneyim ihtiyacından, daha üst deneyim ihtiyaçlarına doğru uzanan bir sıralama takip etmektedir. Deneyimsel değer hiyerarşisi, -en temel olandan başlanarak- "verimlilik ve ekonomiklik" boyutu, "mükemmeliyet" boyutu, "sosyal etkileşim" boyutu" ve "estetik, eğlence, kaçış, zevk" boyutlarından oluşmaktadır. Bunların her birinin Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisindeki hangi gereksinime karşılık düştüğü, aşağıdaki Çizelge 4 de gösterilmiştir.

#### **Çizelge 4: "Deneyimsel Değer Hiyerarşisi"nin Boyutları**

<b>Deneyimsel Değer Hiyerarşisi Boyutu</b>	<b>Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisindeki Karşılığı</b>
Verimlilik ve Ekonomiklik	Fizyolojik gereksinimler
Mükemmeliyet	Güvenlik gereksinimi
Sosyal Etkileşim	Sevgi ve aidiyet gereksinimi
Estetik, Eğlence, Kaçış, Zevk gereksinimi	Kendini gerçekleştirme

**Kaynak: Zhang, 2009,139.**

Pine ve Gilmore (1999)'nın "Deneyim Ekonomisi" adlı çalışmasını turizm alanına uyarlayan Oh ve diğerleri (2007), turistlerin seyahatine dair deneyimlerin (eğitim, estetik, eğlence, kaçış, uyarılma, hafıza, genel algılanan kalite ve müşteri memnuniyeti) turizmin "estetik" boyutuyla alakalı olduğunu savunmuşlardır. Ayrıca Ellis and Rossman (2008), Pine ve Gilmore'nin çalışmasından esinlenerek literatürde

müşteri hizmetleri ve kalite yönetimi üzerine yazılan ilkeleri sentezleyip turizm ve rekreasyon deneyimlerini içeren kavramsal bir model sunmuşlardır. Ortaya çıkan modelde turizme dair iki yaklaşıma dikkat edilmesi gerektiği savunulmuştur: *teknik performans faktörleri ve sanatsal performans faktörleri*. Turistik deneyimin teknik performans boyutuyla anlatılmak istenen daha çok tatil destinasyonun doğal yapısıyla ilgilidir. Turistin bölgedeki kültürle kaynaşabilmesi, doğayla başa çıkma yetisi, hayatta kalma mücadelesiyle alakalıdır. Turistik deneyimin sanatsal boyutuyla anlatılmak istenen ise turizm faaliyetlerinin vermiş olduğu hazdır. Sanatsal boyut, turistik ürün diye nitelendirilen ürünlerin kullanımını, duylara hitap eden yönünü ve unutulmaz anılar kazandıran performansları içermektedir (Dora ve diğerleri,2012,10).

Yukarıda anlatılanlardan yola çıkarak tezimizde ele aldığımız ekoturizm faaliyetlerinin turistik deneyimin estetik boyutuna, teknik performansına ve sanatsal performansına katkıda bulunduğunu söyleyebiliriz. Söz konusu ekoturizm işletmelerini tercih eden turistler daha çok metropol kentlerden olduğunu varsayarsak; doğal alanlarla baş başa kalabilmek, yapaylıktan, iş yükünden biraz uzak olmayı istemektedir. Dolayısıyla herhangi bir yerde bulabildikleri ekoturizm işletmeleri, turistlerin bu istekleri için -deyim yerindeyse- bir tür “evcilik” alanı oluşturmaktadır. Ekoturistin seyahat ettiği destinasyonda bir şarap imalathanesi bulunması ve burada yerli şarap üretmeyi öğrenebilmesi, bahçe ve hayvan bakımı, doğayla başa çıkabilme yetisi gibi konular hakkında teorik ve teknik eğitimler alması ona değişik deneyimler kazandırmaktadır.

Daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere eko-tesisler bulunduğu bölgenin otantik yapısını bozmayacak şekilde dizayn edilmiştir. Bu durumun turistik deneyimin “estetik” boyutuna hizmet ettiği söylenebilir. Örneğin; çalışmamızda örnek olarak incelediğimiz Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği’nde çalışanların çoğu yerel halktan oluşmaktadır. Bölgeye gelen turistler zaman zaman köylülerle beraber bahçe işi, hayvan bakımı, mevsimine göre kışlık konserve yapımı, fidan dikimi gibi işlerde çalışmaktadır. Ayrıca yenilen yemekler çoğu zaman odun ateşinde turistlerle beraber yapılmaktadır. Turistlerle yerli halkın sürekli etkileşim içinde olması hem ekoturizmin “bölgeyi tanıtmaya” görevini üstlenmekte, hem de sürekli aynılan ortamlardan kaçmaya çalışan insanlar açısından bir nevi terapi görevi görmektedir.

### 3.3.2.1. “Yüksek Deneyim” ile “Destekleyici Deneyim” Kavramları ve Ekoturizm

Turist, evdeki ortamdakinden farklı bir deneyim yaşamak için seyahate çıkmaktadır. Fakat evdeki imkânlarından hiç değilse bir kısmının gittiği yerde de bulunmasını arzu edebilir. Buna bağlı olarak, bazı yazarlar (Çalışkan 2013, 44) turistik deneyimin bu açıdan iki sınıfa ayrılabilirdiğini belirtmektedirler: “Yüksek deneyim” ve “destekleyici deneyim”. Yüksek deneyim, turistin asıl seyahat sebebiyle ilgili unsurları temsil etmektedir. Destekleyici deneyim ise, destinasyonda bulunmakla birlikte aynı zamanda turistin gündelik yaşamında da sahip olduğu imkânları temsil etmektedir. Örneğin, bir turistin asıl seyahat sebebinin deniz, kum, güneş olması durumunda yüksek deneyim, sözkonusu destinasyonun deniz, kum, güneş özelliklerini deneyimlemek olmaktadır. “Destekleyici deneyim” ise asıl seyahat sebepleri dışında kalan konaklama, ulaşım vb. gibi unsurları içermektedir.

Turistik deneyim günlük yaşamın bir uzantısı, yoğunlaştırılmış şekli veya tamamen zıttı şeklinde gelişebilir. Sözelimi yüksek deneyim gündelik yaşamın tamamen zıttı şeklinde olabilirken destekleyici deneyim ise gündelik yaşamın uzantısı şeklindedir (Çalışkan,2013,44).

Kanımızca bu bağlamda, eko-turistlerin birçoğu için ekoturizm yüksek deneyim niteliğindedir. Sonraki bölümlerde çalışmamızın işletme görüşmesi bölümünde görüleceği gibi örnek aldığımız bir eko-köy yüksek deneyime katkı sağlayacak biçimde tasarlanmıştır. İşletmedeki evler ekolojik mimari yaklaşımıyla tasarlanmış olup taş, kerpiç ve ahşap evlerden oluşmaktadır. Organik olarak üretilen ürünler doğal yöntemlerle hazırlanıp (kimi zaman turistlerle birlikte) konuklara sunulmaktadır. Bağ bahçe işleri, kış için konserve yapımları, yemek yapımı gibi faaliyetlerin aynı zamanda bir atölye işlemi sayıldığından, konukların bu tip işleri çalışanlarla beraber yapması bilgi ve becerilerinin artmasını sağlamaktadır. Diğer taraftan ev içerisinde bulunan mutfakların misafirlerin gittikleri destinasyonlarda kendi damak tatlarına uygun bir şeyler yapmayı isteyebileceğini dolayısıyla destekleyici deneyimin ekoturizmde dahi var olabildiği konusunda bir fikir edindirebilir. Nitekim anket çalışmamızda daha ayrıntılı olarak açıklayacağımız gibi ekoturist olsa dahi (daha marjinal oldukları gözönüne alınırsa) günlük yaşamlarındaki konfor ve rahatı arayabildiklerini göstermektedir.



### 3.3.2.2. “Ön Bölge” ile “Arka Bölge” Kavramları ve Ekoturizm

Turistik ortam, yapısal bakımdan, “ön ve arka bölgeler” den oluşur (Doğan,2004,57). Bir turistik durumun yukarıda incelenen deneyim çeşitlerinden birinin özelliğini göstermesi, çoğunlukla, bu bölgelerden hangisinde ortaya çıktığıyla alakalıdır.

Denilebilir ki, turistin amaçlarından birisi yerli toplumun kültürü ve orijinal yaşantısı ile tanışmak ise, turistin gittiği yerde yerli toplumla mükemmel derecede iç içe olması bu açıdan idealdir. “Arka bölge” ile kastedilen, yerli halkın tamamen orijinal olan bu “doğal” ortamıdır. Fakat destinasyona zaten geçici olarak kısa süreliğine gelmiş ve destinasyonun yabancıları olan turist böyle bir deneyimi kolayca elde edemeyebilir. Bunda turistin çekingenliğinin ve güvensizlik duygusunun rolü de bulunabilir. Yine de turistin böyle bir deneyimi biraz olsun hissedebilmesi için (ve seyahat sebebinin de zaten bu olduğunu bilen üreticilerin biraz da ticari amaçlı çabalarıyla) arka bölgeyi az-çok temsil eden bir çeşit -deyim yerindeyse- “vitrin” oluşturulur. Yani arka bölgeyi andıran ve turistin kolay ulaşabildiği birtakım imkânlar oluşturulur. Tıpkı bir otelin “önbüro” sunun turistin otel ile bağlantısını sağlaması gibi, buna da “ön bölge” denilmektedir. Ön bölge, arka bölgeye geçemeyen turistin arka bölgeyi biraz olsun tanınmasına sebep olan bir “maket” gibidir.

“Ön bölge” ve “arka bölge” kavramı ilk olarak Amerikalı toplumbilimci Erving Goffman tarafından ortaya atılmıştır. Bu bölgelere tanım olarak bakıldığında; ön bölge, daha çok kuralların olduğu, davranışların belli bir kural dâhilinde sergilendiği alan olarak değerlendirilmiştir. Arka bölge ise herhangi bir kuralın olmadığı, deyim yerindeyse insanların içinden geldiği gibi davrandığı bölgelerdir. Genellikle ön ve arka bölge bitişiktir ve ince bir çizgiyle ayrılmıştır. Bu, bireyin zaman zaman arka bölgeye giderek dinlenmesine ya da oradan yardım almasına olanak vermektedir. Arka bölgede genellikle bölgenin gerçek sahipleri bulunurken ziyaretçilerin bu bölgeye girmesine izin verilmemektedir (Doğan,2004,57).

Goffman’ın tanımlarını yaptığı ön ve arka bölgeleri daha sonra Mac Cannell tarafından turistik durumlara uygulanmıştır. Mac Cannell’e göre, turistler, daha yakın ve içten davranışların sergilendiği, daha özgün davranışların yaşandığı arka bölgelere girmek istemektedir. Ancak çok kez, turistik ortamlar sanki gerçekten arka

bölgeymiş gibi düzenlenir ki turistler arka bölgeye girdiğini düşünebilir (Doğan,2004,58).

Turistik ortamlarda ön bölgeler daha çok turistler, yerliler ve görevlilerin bir arada oldukları bölgelerdir. Arka bölge ise yerli halkın dinlendiği, ilişkiler sırasında dinlenmek için çekildiği bölgelerdir. Arka bölgede gayet rahat bir tavırla sergilenen, genellikle yabancılara ve izleyicilere kapalı olan davranışlar ön bölgedeki davranışlarla çelişebilir. Turistler, gittikleri yerdeki yaşamı görmeye ve yerli halkla sıcak ilişkiler kurmaya güdülenmişlerdir. Ancak turistlere sunulan hizmetlerde, çoğu kez bir yapaylık ve sahnelenen bir tavır mevcuttur. Bu durum turistlerce anlaşılabilir bile pek önemsenmemektedir. Turistlere gösterilen ortamlar, kurumsal bir sahne olmaktan ziyade, sahte bir arka bölge niteliği taşımaktadır (bkz. Doğan,2004). Çalışmamızın anket ve işletme görüşmesi bölümünde ayrıntılı biçimde inceleyeceğimiz gibi, aklımıza aslında ekoturizm faaliyetlerinin de birer “sahte arka bölge” özelliği taşıyor olabileceği gibi bir düşünce gelebilmektedir. Esasen, ekoturizme gelen turistler de, tamamen yerli halk gibi olmaya çalışmaktansa, yerli halka birazcık olsun benzemek anlamına gelecek tarzda, kendi hayalini kurdukları ekoturizm faaliyetlerini talep etmektedirler. Yani “isterlerse” bağ bahçe işi yapmakta, (yani “isterlerse”...) “isterlerse” hayvan bakımı, kışlık erzak hazırlamakta veya “isterlerse” çiftlikte çalışan yerli halka yardım etmektedirler. Sadece kendi programladıkları veya mutlu olacaklarına inandıkları faaliyetleri yapmaktadırlar.

### **3.3.3. Ara Sonuç: Ekoturizmin Genel Turizm içerisindeki Konumu**

“Turistik deneyim” kavramının içeriği hakkındaki bilgileri yukarıda verdik. Turistik deneyim kavramı hakkındaki literatürden öğrendiğimiz en önemli noktalardan birisi, bu kavramın turistin “orijinal (evdekinden farklı) bir deneyim” yaşama arzusunda oluşuna işaret ettiğiidir. Bu belirtilirken, hangi tip bir turizm için olduğu üzerinde de durulmayıp, genelleme yapılmaktadır. Bizce bundan anlaşılmaktadır ki, “orijinal deneyim” aslında göreceli bir kavramdır. Kimine göre sıradan olan, bir başkasına göre orijinal olabilir. Kitle turizmi içerisinde de orijinallik-ekoturizmdeki kadar olmasa da- bulunabilir. Örneğin turistin evinde (yaşadığı yerde) böyle bir imkânın bulunmaması nedeniyle, deniz-kum- güneş olgusunu içeren bir ortamda bulunmak ta orijinal bir deneyim sayılabilir. Kısacası “orijinallik derecedir” denilse yeridir.

Literatüre bakıldığında turistik deneyimin alt boyutları olan “yüksek deneyim-destekleyici deneyim” ve “ön bölge-arka bölge” ayrımlarının da belirli bir turizm biçimine mahsus olarak ileri sürülmüş olmadığı görülmektedir.

Yüksek deneyim, turistin asıl seyahat sebebini teşkil eden deneyimdir. Bölge halkının orijinal gerçek yaşam tarzını ifade eden “arka bölge” yi temsil eden “ön bölge” kavramı ile “yüksek deneyim” kavramları arasında bir özdeşlik bulunduğu söylenebilir. Ön bölge, arka bölgeyi ne kadar iyi temsil ediyorsa, bu bölgenin turiste yüksek deneyim sağlama gücünün de o kadar iyi olduğunu söyleyebiliriz.

“Yüksek deneyim” kavramının da göreceli olduğunu söylemek mümkündür. Deniz-kum- güneş olgusuyla haşır neşir olmak da bir çeşit yüksek deneyim olabilir. Fakat bir eko-köyde konaklamanın derece olarak bundan daha yüksek bir deneyimi temsil ettiğini düşünmek mümkündür.

Kitle turizmi içerisinde de ön bölgeler ve arka bölgeler vardır. Fakat kitle turizmi ortamında oluşturulan ön bölgelere (mesela bir oteldeki “Şark Köşesi” gibi...) nazaran, bizzat kendisi bir “ön bölge” sayılan eko-köylerin arka bölgeyi temsil güçlerinin daha yüksek olduğunu düşünmek mantıklıdır.

Bu düşüncelerden hareketle, mademki genel olarak turistik seyahat olgusunun temelinde “orijinal deneyimler yaşama” arzusu yatıyor, o halde belki de gerçek anlamda turizm, aslında ekoturizmin bizzat kendisidir. Böyle bir bakış açısı ekoturizmi “alternatif turizm” olmaktan da çıkartmaktadır. Bir başka deyişle, ekoturizmin, turizmin aslı fonksiyonlarını genel olarak daha iyi temsil eden bir turizm biçimi olduğunu söylemek mümkündür.

Ekoturizm hakkındaki bu olumlu tablo, “niçin o halde herkesin ekoturist olmadığı” sorusunu akla getirebilir. Elbette bunu çeşitli sebepleri vardır. Bu sebeplere burada ayrıntılı olarak değinmek istemiyoruz. Şu kadarını belirlemekle yetinelim: Belki de kitle turizmi içerisindeki orijinallikleri aslında “sıradan” bulanlar ve güvenlik gereksinimi güdüleri fazla olmayanlar ekoturist olmaktadır. Herkesin ekoturist olmamasında, eko-köylerin sayısı ve fiziksel kapasiteleri ile ilgili sınırlamaların da rolü bulunabilir.

Belki denilebilir ki, herhangi bir turizm biçiminde destekleyici deneyim ne kadar düşük ise ve ön bölge arka bölgeyi ne kadar iyi temsil ediyorsa, o turizm

biçiminin kitle turizmine alternatif olma gücü o kadar fazla demektir. Bunu sözkonusu turizm biçiminin “bağımsız” lığı (kitle turizminin bunun yerini kolayca tutamaması) anlamında da ele alabiliriz. Örneğin turistin evinde aradığı asgari konfor (destekleyici deneyim) eko-köylerde de genellikle mevcut ise, bu durum, ekoturizmi tercih eden turistlerin kitle turizmine katılan tiplerden çok farklı karakterde olmadıkları, ekoturizme çok sıkı bağlarla bağlı olmadıkları, bazen kitle turizmini, bazen de ekoturizmi tercih edebilecekleri anlamında yorumlanabilir. Eko-köyün bir ön bölge olarak arka bölge ile farklılıklarının nispeten fazla olması da ekoturizm deneyimini kitle turizmi deneyimine yaklaştırır. Kısacası dikkat edilirse, bu tartışmanın ekoturizmin genel turizm içerisinde “bağımsız” konumda olup olmadığı tartışmasıyla da -bizce- yakından ilişkisi bulunmaktadır.

Çalışmamızın anket ve işletme görüşmesi bölümünde elde ettiğimiz bulguların bu tartışmaya bir ölçüde de olsa ışık tutabileceği kanısındayız.

### **3.4.“Turistik Talebin Fiyat Elastikiyeti (Esnekliği)” Kavramı Işığında Ekoturizme Bakış**

#### **3.4.1. Genel Olarak Herhangi Bir Ürünün Talebinin Fiyat Esnekliği**

Herhangi bir üründen piyasada talep edilen miktar ile bu miktarı belirleyen bağımsız değişkenler arasındaki ilişki, “talep fonksiyonu” olarak ifade edilir. (Dinler,2016,105). Talep edilen miktarı belirleyen bağımsız değişkenlerden başlıcaları sözkonusu ürünün piyasadaki fiyatı, başka ürünlerin (ikame veya tamamlayıcı ürünlerin) fiyatları, tüketicilerin gelir düzeyi ve zevkler (tercihler) dir.

Sözkonusu malın (ki bu, hizmet de olabilir. “Mal” geniş bir anlamda kullanılmaktadır) piyasa fiyatı dışındaki etkenler “sabit” gibi kabul edilirse (ceteris paribus” varsayımı) talep fonksiyonu, sadece sözkonusu malın piyasa fiyatı ile yine bu maldan piyasada talep edilen miktar arasındaki ilişki olarak düşünülebilir. Bu koşullar altında, sözkonusu ürünün fiyatındaki değişme ile talep edilen miktardaki değişimin genellikle ters yönlü ilişkili olduğu kabul edilmektedir. Buna “talep kanunu” adı verilmektedir (Dinler, 2016, 105).

Bir malın fiyatı yüzdelik olarak ne oranda değişirse, bu maldan piyasada talep edilen miktar da aynı oranda değişecek diye bir şey yoktur. Talep edilen miktardaki yüzde değişimin, fiyattaki yüzde değişmeye oranına “talebin fiyat elastikiyeti”

denir (ekonomihukuk.com/mikro-iktisat/arz-talep-esneklikleri, 13.12.18). Bunu formülle göstermek istersek, talebin fiyat elastikiyeti

$$e = \frac{\text{talep edilen miktardaki \% değişme}}{\text{fiyattaki \% değişme}} \text{ şeklindedir.}$$

“e” sembolüne “elastikiyet katsayısı” denilir. Bu katsayının 1’den büyük olması, talebin esnek olduğu, yani fiyattaki belli oranda bir değişmenin talep edilen miktarda kendisinden daha büyük bir oranda bir değişmeye sebep olduğu anlamına gelir. 1’den küçük olması ise bunun tersini, yani talebin fiyata göre “inelastik (ya da gayrı elastik)” olduğunu ifade eder. Talep gayrı elastik ise, fiyattaki belli oranda bir değişme, talep edilen miktarda kendisinden daha küçük bir oranda bir değişmeye sebep oluyor demektir. Bunun yanısıra elastikiyet katsayısı (e) 1’den ne kadar büyükse elastikiyet de (yani fiyattaki belirli bir oranda değişmenin, talep edilen miktarı etkileme gücü de) o kadar fazladır. e nin 1’den küçük, yani talebin gayrı elastik olduğu durumda bu katsayı 1’den ne kadar küçük ve sıfıra ne kadar yakın ise, gayrı elastikliğin derecesinin de o kadar kuvvetli olduğunu söylemek mümkündür.

### **3.4.2. Herhangi Bir Malın Talebinin Fiyat Esnekliğini Belirleyen Faktörler**

Bir ürünün talebinin fiyat karşında elastik olup olmayacağını belirleyen faktörler üç tanedir. Elastikliğin (ya da gayrı elastikliğin) derecesi bu üç unsurun “bileşik” etkisinin sonucunda belirlenir. Bu etkenleri aşağıda açıklamaktayız:

#### **a) Mala Duyulan Gereksinimin Şiddet Derecesi**

Yaşamsal açıdan tüketilmesi zorunlu olan ve zorunlu olmayan mallar vardır. Bir malın tüketilmesi ne kadar zorunluysa, talep elastikiyeti de o derece zayıf olacaktır.

#### **b) Sözkonusu Mal İçin Ayrılan Paranın Bütçedeki Payı**

Bir mal veya hizmet için tüketicilerin ayırdığı paranın bütçelerindeki payı ne kadar az olursa, o malın fiyatındaki değişmeler tüketicilerin bütçesine o derece az etkiler. Bu nedenle de talebin fiyat esnekliği o derece düşük olur. Örneğin, karabiberin fiyatı iki katına çıkarsa, tüketicilerin talep edeceği karabiber miktarı buna rağmen fazla azalmaz. Çünkü karabiber için harcanan para tüketicilerin bütçesinde

çok küçük bir paya sahip olup, fiyattaki artış “oransal olarak” önemli düzeyde olsa bile tüketicilerin talep edecekleri karabiber miktarını pek azalmaz.

### **c) Sözkonusu Malın İkame Durumu**

Piyasada bir malın yerine kullanılabilir başka mallar varsa, o mallara “sözkonusu malı ikame eden mallar” denir. Bunun en güzel örneklerinden birisi, “siyah zeytin-yeşil zeytin” örneğidir. Bunlar birbirini ikame eden mallardır.

Bir malı ikame eden mal “çeşidi” sayısı ne kadar fazlaysa, o malın talebinin fiyat esnekliği o kadar yüksek olur. Örneğin 10-15 çeşit zeytinin bulunduğunu varsayalım. Siyah zeytin de bunlardan birisi olsun. Siyah zeytinin fiyatı yükseldiğinde, siyah zeytine olan talep miktarı çok büyük bir oranda azalabilir. Çünkü bu malın birçok ikameleri bulunduğundan, tüketiciler siyah zeytin almaktan “çok kolay” vazgeçerek, diğer zeytin çeşitlerine yönelebilirler. Tersine, siyah zeytinin fiyatı azaldığında ise, zeytinin diğer çeşitlerini tüketmekte olanlar, o zeytinlerden kolaylıkla vazgeçip siyah zeytine üşüşebilirler ve bu nedenle de siyah zeytinden talep edilen miktar çok büyük bir oranda artabilir.

Malın geniş bir mal grubunu mu, yoksa tek bir malı mı ifade ettiği de esneklik açısından son derece önemlidir. Örneğin bir bütün olarak (yani çeşit ayrımı yapılmaksızın) “zeytin”e olan talep esnek olmayabilir. Çünkü sözgelimi “zeytin fiyatı arttı” denildiğinde genel olarak zeytinin, yani zeytinin bütün çeşitlerinin fiyatlarının (zeytinin piyasadaki ortalama fiyatının) arttığı kastedilir. “Zeytin”i ikame eden başka bir mal belki -sözgelimi- peynir olabilir. Ama zeytin ile peynir arasındaki ikame ilişkisi, siyah zeytin ile yeşil zeytin arasındaki ikame ilişkisi kadar kuvvetli değildir.

### **3.4.3. Talebin Çapraz Fiyat Elastikiyeti**

Çapraz talep esnekliği, herhangi bir malın fiyatındaki bir değişme durumunda, o malın rakibi (ikamesi) veya tamamlayıcısı olan maldan talep edilen miktardaki yüzde değişikliğin, söz konusu malın fiyatındaki yüzde değişikliğe olan oranına eşittir ( Dinler, 2017,147). Bu durumu bir formülle ifade etmek istersek,

( $E_{\text{ç}}$  çapraz talep esneklik katsayısı, A malı sözkonusu mal, B malı ise ikame ya da tamamlayıcı mal olsun)

$$E_{\text{ç}} = \frac{\text{A malından talep edilen miktardaki \% değişme}}{\text{B malının fiyatındaki \% değişme}} = \frac{\frac{\Delta q_a}{q_a}}{\frac{\Delta P_b}{P_b}} = \frac{\Delta q_a}{\Delta P_b} \cdot \frac{P_b}{q_a}$$

yazabiliriz.

Bir malın fiyatındaki değişmenin, başka bir malın talep edilen miktarını önemli ölçüde etkileyebilmesi için (yani çapraz elastikiyetin 1'den büyük olması için bu malların ya birbirinin ikamesi, ya da birbirinin tamamlayıcısı olmaları (yani birlikte kullanılan mallar olmaları) gerekir. Bunu bir başka türlü de ifade edebiliriz: Bir malın diğer bir malın ikamesi ya da tamamlayıcısı olduğu, bu iki mal arasındaki çapraz fiyat elastikiyetinin 1'den büyük olmasından ( bir başka deyişle, çapraz fiyat elastikiyetinin kuvvetli olmasından) anlaşılır (Gürbüz, 1998, 16-17).

#### 3.4.4. Turistik Talebin Fiyat Elastikiyeti

Şüphesiz ki aynı destinasyona giden turistlerin bile harcama düzeyleri birbirinden farklıdır. Üstelik turizm çeşit olarak bir tane de değildir. Acaba bu koşullar altında “turizm ürünü” nün piyasada belli bir fiyatının bulunduğundan söz edilebilir mi? Kanımızca “turizm ürününün piyasa fiyatı” nı, seyahate çıkan tüketicilerin (turistlerin) birim geceleme başına katlandıkları parasal bedellerin bir çeşit “ortalama”sı olarak görmek mümkündür. Örneğin genel olarak otel fiyatları, ya da ulaştırma fiyatları azaldığında, bu “ortalama”nın da azalmış olacağın, tersi durumda ise artmış olacağını söylemek mümkündür (Gürbüz, 1998, 89-90).

Turistik talep literatürde fiyat karşısında genellikle elastik karakterde olan bir talep türü olarak görölmektedir. Bunun sebeplerinden birisi turistik seyahatin zorunlu bir gereksinim olmamasıdır. Diğer bir sebep turizme katılan tüketicilerin yaptığı turistik harcamaların tüketici bütçesindeki yerinin önemsiz bir düzeyde olmamasıdır.

Çalışmamızın konusunu yakından ilgilendiren diğer bir sebep ise, turizmin ikamelerinin “bol” olarak görölmesidir. Örneğin bir destinasyon pahalı hale geldiğinde turistler o destinasyon yerine başka destinasyonlara gitmeye kolayca karar verebilirler. Gerçi turizm “destinasyon düzeyi” nde değil de, “genel olarak” ele

alındığında -tıpkı yukarıdaki “genel olarak zeytin” örneğinde olduğu gibi- turizmin ikamelerinin bulunduğu çok kolay söylenemez. Fakat turizmin “belirli bir destinasyona yönelik turizm” kavramı olarak ele alınması, çalışmamızın konusuna daha yakındır. “Turizmin destinasyonlar arasındaki elastikiyetinin yüksek olduğu” literatürde açıkça ifade edilmektedir (Wahab, 1979, 93; Gürbüz, 1998, 91) Bunu söylemek, her destinasyonun birçok ikamesinin bulunduğunu söylemekle aynı anlama gelmektedir. Aynı zamanda, destinasyonlar arası çapraz talep elastikiyetinin yüksek olduğunu söylemek anlamına da gelmektedir.

### **3.4.5. Ara Sonuç: Turistik Talebin Fiyat Elastikiyeti Hakkındaki Olguların İşaret Ettiği İpuçları ve Ekoturizm**

Biliyoruz ki, her bir destinasyon başka destinasyonlara az ya da çok benzemekle birlikte, her destinasyon diğerlerinden yine az ya da çok farklıdır. Bunların içerisinde birbirlerinden önemli ölçüde farklı olanlar, hatta farklı turizm tiplerini temsil edenler de bulunmaktadır.

Birbirine çok benzeyen destinasyonlar günümüzde çoktur. Örneğin günümüzde turizmin ana gövdesini “deniz-kum-güneş destinasyonları” oluşturmaktadır ve bu özelliğe sahip olan destinasyonlar çok sayıdadır. Bu nedenle kimi yazarlar, bu tür destinasyonların herhangi birinde kurulmuş olan konaklama işletmelerinin çok daha rekabetçi bir ortamda çalıştıklarını düşünmektedirler (Gürbüz, 1998, 73). Bunu söylemek, bu tür destinasyonların birbirlerinin ikamesi olduğunu ve çapraz talep elastikiyetinin yüksek olduğunu söylemekle özdeşir.

Ekoturizm popüler turizmden farklı bir turizm biçimi olduğundan, -ekoturizm destinasyonları ile kitle turizmi destinasyonları arasında da belirli düzeyde bir ikame ilişkisinin bulunabileceği düşünülebilse bile- bu ikame ilişkisinin, ekoturizm destinasyonlarının kendi aralarındaki ikame ilişkisine nazaran daha zayıf olduğu, akla yakın bir fikir gibi görünmektedir. Eğer bu fikir hakikaten doğruysa, ekoturizmin, genel turizme nazaran nispi bir özerkliği bulunan ve hedef kitlesi de nispeten “özel” bir kitle olan bir turizm çeşidi olduğu öne sürülebilir.

Fakat diğer taraftan, literatürde turistik talebin destinasyonlar arasındaki elastikiyetinin yüksekliğinden söz edilirken, bunun “birbirine benzeyen destinasyonlara yönelik turizm talebi için geçerli olduğu” gibi bir ifadeye



rastlanılmaması da yaygın bir vakıadır. Bunun yanısıra, deniz-kum- güneş destinasyonu da seçse, ekoturizm destinasyonu da seçse, gerçekte turistin asıl amacının “bir şekilde” (yani ne şekilde olursa olsun) turistik bir deneyim yaşama arzusunda olduğuna işaret eden çalışmalar da mevcuttur (Kutlu, 2009). Bütün bunlar ekoturizmin “özerkliği” ne karar vermede ihtiyatlı olunması gereğine işaret eden ipuçlarıdır.

İşte bu nedenledir ki, çalışmamızın anket kısmında, bu meselelere ışık tutabileceğini düşündüğümüz iki adet soru da yer almaktadır.

## 4. BİR EKO-KÖYDE İŞLETME GÖRÜŞMESİ VE ANKET UYGULAMASI

### 4.1.Amaç ve Yöntem

Bu bölümün amacı, önceki bölümlerde belirtilen görüşlerle ilgili tartışmalara ışık tutmak ve bir anlamda katkıda bulunmaktır.

Çalışmamızın “soru” şeklinde ifade edilen ana hipotezlerini yeniden hatırlayalım:

*Soru Hipotez 1: Ekoturizm, genel turizmden (kitle turizmi) ayrı, onunla bağlantısı olmayan bağımsız bir turizm türü müdür? Yoksa gelişebilmesi –aynı bölgede- kitle turizminin de var olmasına bağlı olan bir turizm türü müdür?*

*Soru Hipotez 2: Ekoturizm, turiste turizmin asıl amaçlarından biri olan “özgün bir turistik deneyim” yaşatma konusunda ne kadar başarılıdır? Bir başka deyişle, ekoturizm genel olarak “turistik deneyim” kavramı içerisinde nasıl bir konumdadır?*

Anket soruları seçilirken özellikle bu hipotezlere ışık tutabilecek türdeki sorular olmalarına dikkat edilmiştir. Anketi hazırlarken, önceki herhangi bir denenmiş ölçek esas alınmamıştır. Çünkü açıktır ki, daha önce yayınlanmış ölçeklere bağlı kalınması, araştırılan konunun da bu ölçeklerin kullanılmasına müsait olan bir konu olarak belirlenmesini zorunlu kılar. Fakat biz çalışmamızın mevcut konusunda ısrarlı olmayı bilimsel merak açısından daha uygun bulduk. Çalışmamızdaki yaklaşıma uygun bir ölçek türüne ise rastlanılamamıştır. Bunun yanısıra muteber ölçekler, genellikle güvenilirliğinin yüksek olduğu daha önce gösterilmiş ölçeklerdir. “Güvenilirliğin teknik manâda test edilmesi ise, bir olgunun çeşitle boyutlarını ölçen “likert” tipi anketlere uygundur. Oysa bizim anketimizde, likert dışı sorular çoğunluktadır.

Çalışmamızda özellikle ilk hipotez hakkında literatürdeki ipuçlarından yola çıkarak kesin yargılar oluşturmak oldukça güçtür. Nitekim buna bağlı olarak biz de, önceki bölümlerde bu konuda kesin sonuçlara varmaktan kaçınıp, meseleyi ortaya koymakla yetindik. Bu çalışmadaki anket ve gözlem gereksinimi (bu bölümün gerekçesi) esas olarak bundan doğmaktadır.

Anket 14 adet sorudan oluşmaktadır. Cevapların test edilmesinde “Z (normal dağılım) testi”, “t (student) testi” ve “çift-nokta serili korelasyon anlamlılık analizi” kullanılmıştır.

Anket, Türkiye’nin popüler turizm merkezlerinden Fethiye yöresinde bulunan bir eko-köyde (Pastoral Vadi) 71 turiste uygulanmıştır. Bu yöre, turizmin ekoturizm dışında başka çeşitlerinin de bulunduğu bir yöre olması açısından özellikle seçilmiştir. (Nitekim sözkonusu işletme, aynı zamanda denize de yakın mesafede sayılabilecek bir işletmedir.) Bunda amaç, bir yörede ekoturizmin varlığının, aynı yörede kitle turizminin de bulunması şartına bağlı olup olmadığını ya da ne derece bağlı olduğunu daha açık bir şekilde saptayabilmektir.

“Anket soruları” ve “işletme görüşmesi” nin özeti aşağıda sırasıyla verilmiştir.

Ankette başlangıçta, turistlerin yöreye turla mı yoksa bireysel olarak mı geldiği yönünde bir soru da mevcut idi. Fakat önemli sayıda denek bu soruyu yanlış anladığı ve yanlış cevaplar verdiği anlaşıldığından, bu soru sonradan analiz dışına çıkartılmış ve hiç sorulmadığı varsayılmıştır. Örneğin yaklaşık 12 kişinin, kendilerinin yöreye birlikte gelmiş olmalarını (yoga-meditasyon eğitim grubu) “turla seyahat” olarak tanımlayıp bu cevabı seçtikleri anlaşılmıştır. “Turla seyahat”ın literatürdeki anlamını bilmemelerinden kaynaklanan benzer hataları başka bazı denekler de, yapmışlardır. Bunun yanısıra, işletmeciyile yapılan görüşmede, turla gelen hiç kimsenin bulunmadığı, işletmenin hiçbir tur operatörüyle anlaşmasının olmadığı, burayı ziyaret eden herkesin bireysel olarak geldiği bilgisi de alındığından, deneklerin tümünün bireysel seyahat eden turistler oldukları kabul edilmiştir.

Analiz dışına çıkartılan ve sorulmadığı varsayılan bir başka soru, deneklerin gelir düzeyi ile ilgili bir sorudur. Deneklerin bu soruya verdikleri cevapların gerçeği yansıtmaktan uzak olduğu -tarafımızdan- sezinlenmiştir. Birçok denek, adeta, “bu kişi nasıl olup ta seyahate çıkabiliyor?” dedirtecek ölçüde düşük gelir beyan etmişlerdir. Bazıları ise yine seyahate çıkabilme kapasitesi açısından düşük sayılabilecek belli bir düzeyin üzerinde olduğunu belirtirken, bunun ne kadar üzerinde olduğunu belirtmemişlerdir. Böylece, cevaplara güvenilmediğinden bu soru analizden çıkartılmış ve sorulmadığı varsayılmıştır. Acaba gelir düzeyini doğru belirtmekten kaçınan bu insanların verdiği diğer cevaplardan da şüphelenmek gerekir mi? Bunun gerektiğini sanmıyoruz. Çünkü bilindiği gibi, “gelir” konusu insanların

genellikle hassas olduğu özel bir konudur ve bu konuda açıklama yapma hususunda insanların temkinli davrandıkları bir gerçektir.

“Aile” olarak (anne, baba, çocuklar) gelenlerin soruları cevaplamalarında sistematik tekrarların doğmaması için, anket soruları sadece aile reisine sorulmuştur. Aile reisi dışındakiler, toplam 71 deneğe dahil değildir. Burada “aile reisi” ni, “seyahatle ilgili kararı veren kişi” olarak tanımlamaktayız.

#### 4.2.Anket Soruları

1. Nerede oturuyorsunuz?
2. Bu işletmeye kaçınıc gelişiniz?
3. Kaç gün için bu işletmedesiniz?
4. Ne işle meşgulsünüz? (Belirtiniz)
5. Memleketinizde oturduğunuz çevrenin karakteri nasıl?
  - a) Büyük metropol Kent b) Kent c) Kasaba d) Köy
6. Aşağıda sizinle ilgili olan şıkkı işaretleyiniz.

A) Bu yöreye gelişimin sebebi, bu işletmede (Pastoral Vadi’de) konaklama yapmaktır.

B) Bu yöreye gelişimin sebebi, kısmen başka tür işletmelerde, kısmen de bu işletmede konaklama yapmaktır.

C) Bu yöreye gelişimin sebebi, başka tür işletmelerde konaklama yapmaktı. Fakat yöreye geldikten sonra ilâve olarak bu işletmede de kalmaya karar verdim.

D) Bu yöreye gelişimin sebebi, başka tür işletmelerde konaklama yapmaktır. Bu işletmeyi ziyaretim ise günübirliktir.

7. Aşağıdaki ifadeye ne kadar katılıyorsunuz?

“Hepsinden yararlanmasam bile, Fethiye yöresinde turizm çeşidi veya turistik çekicilik çeşidi sayısının birden fazla olduğunu bilmem, benim Fethiye’ye gelmeme etken oldu.”

( Cevabınızı aşağıdaki seçeneklerden birini işaretleyerek belirtiniz.)

Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	2	3	4	5

8. Pastoral Vadi’de kaldığınız süre içerisinde “yalnızlık ve yabancılık” duygusunu ne kadar hissettiniz? Aşağıdaki ilgili cevabı işaretleyiniz.

Hiç Hissetmedim	Hissetmedim	Kararsızım	Hissettim	Son Derece Fazla Hissettim
1	2	3	4	5

9. Evinizin bulunduğu yörede veya yakın çevresinde, Pastoral Vadi’deki ortama benzer bir ortam veya benzer imkanların mevcut olup olmadığı hakkında ne söyleyebilirsiniz? İşaretleyiniz

- a) Mevcut  
b) Mevcut, ama benzerlik az  
c) Mevcut değil  
d) Bu konuda farklı bir açıklamanız varsa belirtiniz.

.....  
.....

10. Aşağıda herhangi bir turistik seyahatte aranan bazı özellikler sıralanmıştır. Bunları size göre en önemliden başlayarak, en az önemliye kadar rakam vererek sıralayınız.

( 1-En çok önemli olan; 4-En az önemli olan)

- a) Temel ,insani ihtiyaçları karşılama imkanlarının, gidilen yerde evimde bulunanlardan daha üst seviyede olması ya da hiç değilse ondan daha aşağı seviyede olmaması. (Rakam: )
- b) Güvenlik içerisinde olduğundan emin olmak. (Rakam: )
- c) Alışılmışın dışında, orijinal tecrübeler yaşamak. (Rakam: )
- d) Evimin çevresinde alıştığım günlük rekreasyon imkanlarını veya eğlenceli meşguliyet imkanlarını, gidilen yerde de bulabilmek. (Rakam: )

11. “ Eğer bir turistik yörede son derece orijinal ve ilginç bir tatil tecrübesi yaşayacaksam, günlük yaşamımda alıştığım konfor ve imkânların orada bulunmaması seyahat memnuniyetimi hiç azaltmaz.”

(Kendiniz açısından, bu ifadeye %100 katılıyorsanız, yani memnuniyetiniz hakikaten hiç azalmıyorsa, aşağıdaki puan hanesine “10” yazınız. Seyahatten duyduğunuz memnuniyet sıfıra iniyorsa “1” yazınız. İkiisi arasında bir durumda olacağınızı düşünüyorsanız, memnuniyet derecenizi belirtmek için 1 ile 10 arasında bir puan yazınız.)

Puanınız:

12. Pastoral Vadi’ye gelişinizin bu yöredeki yerli halkla temas edebilmenize ve onu tanıyabilmenize ne kadar yarar sağlayabildiğine 1’den 10’a kadar puan veriniz. (1: Hiç yarar sağlamıyor; 10:Son derece yüksek yarar sağlıyor.)

Puanınız?

13. Bir ekoturizm işletmesine gitmek ile başka bir ekoturizm işletmesine gitmek arasındaki maliyet karşılaştırması, hangisine gidileceğine karar vermede sizce ne kadar önemlidir? Cevabınızı 1’den 20’ye kadar bir puan olarak veriniz. (1- Hiç nemi yok; 20-çok önemli)

Puanınız?

14. Ekoturizm temelli bir tatil yapmak ile, deniz-kum-güneş temelli bir tatil yapmak arasındaki maliyet karşılaştırması, nasıl bir tatilin tercih edileceğine karar vermede sizce ne kadar önemlidir? Cevabınızı 1’den 20’ye kadar bir puan olarak veriniz. (1- Hiç nemi yok; 20-çok önemli)

Puanınız?

### 4.3.İşletme Görüşmesi Özeti

#### 1. İşletmenin sınıfı ve yatak kapasitesi nedir?

Pastoral vadi eko-çiftlik kapsamında ele alacağımız bir işletmedir. İşletmede toplamda 15 ailenin konaklayabileceği taş evler, kerpiç evler ve ağaç evler vardır. Ayrıca işletmede çadırı bulunan kişiler için çadır yerleri de mevcuttur. Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği'nin **TaTuTa** ( Ekolojik tarım, turizm, takas) ekolojik çiftlik ziyaretleri programına da dahil olan işletmede yılın belli dönemlerinde tarım faaliyetlerine katılmak isteyen gönüllüleri de ağırlayabileceği yerler mevcuttur.

#### 2. İşletme içerisinde, sırf konaklama ihtiyaçları bakımından, ne gibi imkânlar bulunmaktadır?

Yöresel mimari ve malzemelerin kullanıldığı, alt katı tek odalı, üst katı iki odalı bağımsız, misafirlerin temel ihtiyaçlarını karşılayacak tarzda dizayn edilen evlerden oluşuyor.her evin kendi banyosu, mutfağı ve geniş bir terası bulunuyor. Yazın doğal serin ortam sağlayan taş evler , kışın kuzine soba ile ısıtılıyor. Tüm evlerden toplanan organik çöpler, kullanılan gri ve siyah atık sular ayrı yerlerde işlenerek doğaya geri kazandırılıyor.

#### 3. İşletme içerisinde sırf rekreasyonel açıdan ne gibi imkânlar bulunmaktadır?

Pastoral Vadi Ekolojik yaşam çiftliği bir tarafında orman diğer tarafı Kargı Çayı olan bir alanda kurulmuştur. Ayrıca köyün 5 km ilerisinde Yanıklar sahili bulunmaktadır. Sakinler buraya geldiklerinde doğa yürüyüşleri yapabilir, yüzebilir ve doğayı fotoğraflayabilir. Çiftlik 12 ay boyunca açık kalmaktadır. Pastoral vadide bir kapalı, bir yarı açık olarak iki kocaman yoga stüdyosu bulunmaktadır. Bunun yanında ortak yaşam alanında misafirler yemek yapımına katılmaktadır. Zamana göre Kış için konserveler, reçeller, salçalar, soslar, erişte, tarhana gibi ürünler üretiliyor ve daha sonra kullanılmak üzere kiler yerleştirilmektedir. Bahçelerdeki meyve ağaçlarının arasında, ara ürün olarak sebze ve yem bitkisi üretimi yapılmaktadır. Ekolojik tarım yöntemleri ile mevsimine göre yetiştirdiğimiz domates, biber, patlıcan, salatalık, marul, kıvırcık, roka, tere, dereotu, maydanoz, rezene, kişniş, ıspanak gibi ürünler önce konuklarımızın ve çiftlikte yaşayan herkesin beslenme gereksinimi için kullanılmaktadır. Misafirler ve gönüllüler sebze ve

meyve ekimine katılabilmektedir. Çocuklar için çocuk atölyesi ve oyun atölyesi vardır.

**4. İşletmenizin yakın çevresinde, müşterileriniz ne gibi imkânlardan yararlanmaktadır?**

Fethiye birçok turizm çeşidinin yapıldığı ve birçok tarihi mekânın bulunduğu bir yerdir. Misafirler bu faaliyetlerden yararlanabilirler.

**5. Sezonluk doluluk oranınız nedir?**

Yıllık %60 oranında doluluk oranı vardır. Misafirler genelde büyük şehirlerde yaşayan ve çalışan kişilerden oluşmaktadır. Ve tatil zamanları çoğunlukla yaz aylarındadır.

**6. Müşterilerinizin % kaç yabancı %kaç yerlidir?**

% 99 yerli misafirlerdir.

**a) Sırf bu işletme için bölge dışından gelenler %kaçtır ve ortalama kalış süreleri ne kadardır?**

Misafirlerin % 90'ı şehir dışından gelmektedir ve ortalama geliş süreleri 3 gündür.

**b) Bölgeye sırf bunun için gelmeyen ama buraya da vakit ayıran müşteriler % kaçtır ve ortalama kalış süreleri ne kadardır?**

----

**c) Bölgeye yakın çevre sakinlerinden gelen % kaçtır ve ortalama kalış süreleri ne kadardır?**

Çok az neredeyse yok denecek kadar.

**7. Bir tur operatöründen tur satın alma kapsamında gelen müşterileriniz, toplam müşterilerin % kaçını oluşturuyor?**

Herhangi bir tur operatörüyle çalışılmamaktadır.

**8. Çalıştığınız tur operatörü yerli mi yoksa yabancı mı?**

-----

**9. “Bu işletmeye gelen ziyaretçilerin mutlu olmak için yaptıkları işler, bu işletmenin yakın çevresinde yaşayan yerel halkın günlük işleriyle büyük bir benzerlik içerisindedir.” (Bu ifadeye ne kadar katıldığınızı 1’den 10’a kadar puanlayarak belirtiniz. 1- Hiçbir benzerlik yok; 10- tamamen aynı) Ayrıca eklemek istediğiniz?**

3



**10. Buraya sanayi tesislerinin kurulması planları ile ilgili problemlerinizi varsa, biraz bilgi verebilir misiniz?**

Fethiye'nin Kargı köyüne yapılması planlanan HES projesine karşı çıkan köylüler, projenin durdurulması için her yolu denemiş. Kargı Çayı üzerinde eylem yapan köy muhtarları ve çevreciler, Muğla Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu Bölge Müdürlüğü'ne başvurarak çalışmaların durdurulmasını istedi. Köylülerin taleplerini kabul eden Muğla Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu, bölgedeki ağaç kesimi dâhil her türlü çalışmanın durdurulmasına karar verdi. Konuyla ilgili açıklama yapan Fethiye Saklıkent Koruma Platformu Dönem Sözcüsü Uğur Çaçaron, verilen kararın çevrenin korunması için atılmış önemli bir adım olduğunu söyledi. Karacaören'den başlayıp Yanıklar'da denize kavuşan Kargı Çayı üstüne yapılmak istenen HES'e karşı yoğun bir mücadele vermişler. Çaçaron, "Bu mücadelenin ilk önemli sonuçlarından biri Fethiye Orman İşletme Müdürlüğü'nün santralin kurulması planlanan yerin yakınında kurulan şantiyenin kaldırılması için firma yetkililerini uyarması oldu. Şirket, Yanıklar Köyü sınırları içindeki şantiyesini kaldırmak için kendine başka bir yer aramaya başladı. Ayrıca köy muhtarlarımız Muğla'ya giderek, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu Bölge Müdürlüğü'ne başvuruda bulundular. Kurul başvuruyu yerinde bularak, bölgede yapılan ağaç kesimi dâhil her türlü çalışmayı durdurma kararı aldı. Bu da mücadelemizin ikinci önemli sonucu oldu." dedi.

**11. Burada daha uzun kalanlarla daha kısa kalanlar arasında bazı farklar gözlemleyebiliyor musunuz? Bu, gelenlerin eğitim düzeyleri tatile sırf burası için çıktıkları, istedikleri konfor düzeyi gibi konularda olabilir. Aklınıza gelen başka şeyler varsa, onları da belirtebilirsiniz.**

İşletmeye gelenlerin eğitim düzeyleri genelde aynı fakat misafirler işlerinden fırsat bulduğu takdirde seyahat ediyor.

**12. İşletmeye kolay ulaşılabilirliğin ( yol olarak) sizin türünüzdeki faaliyetlere bazı zararlarının olabileceğini de düşünüyor musunuz?**

Pastoral Vadi'ye gelirken hiçbir tabela veya tanıtıcı billboard bulunmamaktadır. Bir ara denemiştik fakat tabiri caizse yoldan geçen

günübirlik misafirler işletmenin kalitesinin düşmesine neden oldu. Bu yüzden sosyal medya üzerinden, Google haritadan ve telefonla yol tarifi yapılmaktadır. Hedefimiz çok müşteriden çok kaliteli müşteridir.

**13. Müşterilerinizin içerisinde tüm tatilini Her şey Dâhil Sistemli işletmelerde geçirmek için gelen, fakat orada kalmak için planladığı veya anlaştığı sürenin bir kısmını da sonradan burada geçirmeye karar verenler var mıdır? Bu eğilim, sizce zayıf mı; yoksa sık sık rastladığımız bir olgu mu?**

İşletmeye gelenler sırf burası için gelenlerden oluşmaktadır.

Pastoral Vadi Ekolojik Yaşam Çiftliği Sahibi  
Ahmet Kizen

**4.4.Bulguların Değerlendirilmesi**

**4.4.1. Anketin Değerlendirilmesi**

**a) Birinci Sorunun Değerlendirmesi**

Deneklerin tümünün -1 kişi hariç- Türkiye içinden olduğu saptanmıştır. Oturdıkları yerlerin dağılımı aşağıda verilmiştir.

Manisa 1

İzmir 5

Artvin 1

Muğla 1

Muğla (Fethiye) 2

Muğla (Bodrum) 1

Muğla (Dalyan) 1

Muğla (Gökova) 1

Muğla (Datça) 1

İstanbul 43

Ankara 7

Edirne 1

Antalya 2

Almanya 1

Aydın (Kuşadası) 1

Kıbrıs 1

Belirtmeyen 1

Gelenlerin %77,4 ünün üç büyük ilden (Ankara, İstanbul ve İzmir'den) olduğu görülmektedir.

Burada dikkati çeken bir nokta, 9 deneğin (toplamın %12,5 u) Fethiye, Bodrum, Gökova, Datça, Antalya, Kuşadası gibi yerlerden gelmiş olmalarıdır. Bu yerler bilindiği gibi, kitle turizminin de gelişmiş olduğu yerlerdir. Ekoturizmin kitle turizminin bir uzantısı olduğu yönündeki hipotezi burada hatırlamalıyız: “Acaba tipik turist, kitle turizmine katıldığı aynı seyahatte bir çeşni olarak –fırsattan istifade- ekoköyü de mi ziyaret etmektedir?” Bu 9 deneğin varlığı, durumun öyle olmadığı hakkında bir ipucu sayılmalıdır. Çünkü bu insanlar zaten kitle turizminin merkezinde yaşadıkları ve bir anlamda “turizme doymuş” oldukları halde, “eko-turizm” gibi bir şeyi de tatmaya ihtiyaç duymuşlardır. Üstelik kalış sürelerine bakıldığında (ki, 3. Soru bununla ilgilidir) 4-7 gün gibi hiç de kısa sayılamayacak süreler için bu işletmeye gelmişlerdir.

### **b) İkinci Sorunun Değerlendirmesi**

Deneklerin işletmeye kaçınıcı defa geldikleri bilgisi aşağıda verilmiştir.

1. Defa Geliş.....57
2. Defa Geliş.....9
3. Defa Geliş.....3
4. Defa Geliş.....1
10. Defa Geliş.....1

Buna göre, bu işletmeye ilk defa gelenlerin oranı %80 dir. Elbette ki bu işletmeye ilk defa gelmeleri, ekoturizme de ilk defa katılıyor oldukları anlamında yorumlanamaz.

### **c) Üçüncü Sorunun Değerlendirmesi**

Bu soruda deneklere kaç gece için değil, kaç gün için geldiklerinin sorulmasının sebebi, gününbirlik geldikleri halde, birkaç gününü -gece yatmadan- burada geçirenlerin de bulunabilmesi olasılığıdır. (Çünkü çevrede kitle turizmi de

bulunmaktadır ve kitle turizmi için gelenlerin içerisinde böyle kimseler de bulunabilirdi. Zaten bu olasılığa çalışmamızda özel bir ilginin bulunduğu açıktır) Ama bu durumda, -örneğin- acaba bir gece konaklayan birisi, bu soruya cevap verirken kendini bir gün mü kalmış saymıştır; yoksa iki gün mü? Bu hususa müdahale edilmeyip, konu, -hangi saatte gelip hangi saatte ayrıldığı durumlarını da hesaba katması beklenen- deneklerin takdirine bırakılmış ve onların beyanları esas alınmıştır.

Deneklerin bu işletmeye kaç gün için geldiklerine dair cevaplarının (Frekans sütunu) dağılımı aşağıda verilmiştir.

<u>Gün Sayısı(X)</u>	<u>Frekans(F)</u>	<u>FX</u>
1	1	1
2	6	12
3	5	15
4	18	72
5	23	115
6	5	30
7	9	63
14	1	14
+		
	68	322

İki denek, istatistiksel açıdan aşırı değer belirtmiştir. Bir denek ise soruyu cevapsız bırakmıştır. Ortalamanın sağlıklı hesaplanabilmesi için bunların dışlanması gereklidir. Nitekim toplam 71 denekten 68 inin cevaplarına yukarıda yer verilmiştir.

Örnekleme oluşturan 68 denek için işletmede ortalama kalış süresi 4,74 gündür. Standart sapma ise 1,82 olarak hesaplanmıştır. Bu verilere göre evren ortalaması %95 olasılıkla 4,298 ile 5,181 gün aralığındadır.

Bu, -Türk turizminde genel ortalama kalış süreleri dikkate alındığında- uzun bir süre sayılmalıdır. Burada şöyle düşünmek mümkündür: Eğer ekoturizm ancak kitle turizmi ile birlikte gerçekleşen -ikinci derecede- bir olgu olsaydı, bu kalış süresinin çok daha kısa olması beklenirdi. Bu nedendir ki, böyle bir ortalama kalış

süresi, “ekoturizmin bağımsızlığı” hipotezini güçlendiren bir kanıt sayılmalıdır. Nitekim aşağıdaki 6. soruda bu husus teyit edilmektedir.

İşletme görüşmesinde ise, işletmeci ortalama kalış süresini “3 gün” olarak belirtmiştir. Şüphesiz ki işletmeci bunu belirtirken, sadece anket yapılan 71 kişiyi göz önüne alarak değil, yılların deneyimiyle konuşmaktadır. Fakat unutmamalı ki, işletmecinin bu tahmini sayısal kanıtlara değil, kişisel bir sezgiye dayanmaktadır. Gerçi Türkiye koşullarında 3 gün bile, azımsanmayacak bir ortalama kalış süresidir.

#### **d) Dördüncü Sorunun Değerlendirmesi**

Deneklerin meslek dağılımı oldukça heterojen bir karakter arzettiğinden, herhangi bir gruptandırmaya giderek burada göstermek de zor ve anlamsız görünmektedir. Fakat genellikle beyaz yakalılardan, memurlardan ve eğitimcilerden oluştuklarını söylemek mümkündür.

#### **e) Beşinci Sorunun Değerlendirmesi**

Beşinci soruda deneklere oturdukları çevrenin karakteri sorulmuştur.

Aslında bu bilgi 1. sorudan da bir ölçüde edinilebilir. Fakat 1. sorudaki veriler bu açıdan daha “kaba” veriler sayılır. Örneğin oturduğu yeri “İstanbul” olarak belirten birisi, aslında İstanbul’un göbeğinde değil, uç bir kesiminde oturuyor olabilir. Bu nedenle oturdukları yerin çevresel karakteri hakkında da deneklere soru sormaya gerek duyulmuştur.

Cevapların dağılımı şöyledir:

BM (Büyük Metropol Kent) den.....	51
Kentten .....	9
Kasabadan .....	6
Köyden .....	4
Belirtmeyen .....	1

Görüldüğü gibi, deneklerin %66 sı BM de oturan kimselerdir. Bu durum aslında, genel turizmin karakterine de uygun bir durumdur.

### f) Altıncı Sorunun Değerlendirmesi

Toplam 71 denekten 8 i, altıncı soruya cevap vermemiştir. Cevap veren 63 denek değerlendirilmiştir.

Ezici bir çoğunluk, (56 kişi) bu soruya “A” cevabını vermiştir. Yani bu yöreye sırf bu işletmede kalmak için geldiklerini belirtmişlerdir. Bunların oranı  $56/63=\%89$  dur.

Bu durum da ekoturizmin bağımsız bir turizm tipi olduğunu teyit eder niteliktedir. Üstelik sözkonusu yörede sadece ekoturizm değil, kitle turizmi imkânları da bulunduğu halde bu cevapları vermişlerdir.

### g) Altıncı Soru İle Üçüncü Sorunun Birlikte Değerlendirmesi

Altıncı soruya A cevabını vermeyen 6 adet denek (hiçbir cevap belirtmeyenler hariç) bulunmaktadır. Bunların ortalama kalış süresi 3,67 dir. Bu değer, üçüncü sorudaki genel örneklem ortalamasının (evren ortalamasının) alt sınırı olan 4,298 den anlamlı ölçüde farklı değildir. Bu durum t testiyle anlaşılmaktadır. Bu 6 adet deneğin kalış sürelerinin standart sapması 1,7 dir. Buna göre hesaplanan t değeri 0,826 çıkmaktadır. %5 anlamlılık düzeyine göre kritik t değeri ise t tablosunda 2,271 dir. Kısacası, Fethiye bölgesine sırf bu işletmede kalmak için gelmeyenlerin işletmede kalış süreleriyle, sırf bu işletmede kalmak için gelenlerin ortalama kalış süreleri farksızdır.

Üçüncü soruyu değerlendirirken, 68 deneğin ortalama kalış süresinin uzunluğunu ekoturizmin bağımsızlığının kanıtlarından biri olarak belirtmiştik. Ama şimdi, sırf ekoturizm için gelmemiş olmayanların kalış süresi de aynı çıktığına göre, bu hususu hala bir kanıt olarak görebilir miyiz acaba?

Şu var ki, başka işletmelerde kalmak için gelip de ilave olarak eko-köyü de ziyaret edenlerin azlığına (sadece 6 denek) dayanılarak sözkonusu kanıtın genel olarak hâlâ çürümediğini söyleyebiliriz. Diyebiliriz ki, altıncı soruya A cevabını vermeyenlerin seyahatlerinin toplam süresi hem bu işletmede, hem de başka işletmelerde kalabilmelerine izin verecek ölçüde çok uzun olsa gerektir. Ama görüldüğü gibi, bu tip kimseler çok az sayıda (6 kişi) dırlar.

## h) Yedinci Sorunun Değerlendirmesi

Bu soruya 70 denek cevap vermiştir. Cevapların ortalaması 3,285714 dir. Standart sapma ise 1,288884 dür. Yani Pastoral Vadi işletmesine gelen deneklerin bu bölgeye gelişlerinde bölgenin genel çekiciliği ve başka turizm çeşitlerinin de olması rol oynamış görünmektedir. Çünkü ortalama 3 ün üzerindedir. Acaba 3 (kararsızlık) değeri bir “eşik” gibi kabul edilirse, bu hesaplanan ortalama, eşik değerden anlamlı ölçüde yüksek midir? Z testine göre hesaplanan Z değeri 1,85467 çıkmaktadır. Bu sonuç, %5 anlam düzeyinde tek yanlı teste göre (Kritik değer 1,64) anlamlı, ama iki yanlı teste göre (kritik değer 1,96) ise anlamlı olmayan bir sonuçtur.

Fakat diğer taraftan eşik değerinin niçin 3 değil de 2 ya da 2,5 (“Katılmıyorum” cevabının sayısal değeri) olarak görülemeyeceği de sorulabilir. Bu kabul edildiği takdirde sonuç gerek iki yanlı, gerekse tek yanlı teste göre anlamlı olmaktadır.

Burada ilginç bir durum ortaya çıkmış gibi görünmektedir. Şöyle ki, ezici çoğunluğun bölgeye sırf Pastoral Vadi için gelmiş olduğunu altıncı soruda görmüştük. Buna rağmen, yedinci soruda, denekler bölgede başka turizm çeşitlerinin de varlığının gelişlerindeki rolünden bahsetmektedirler.

Ama bu çok da mantıksız sayılamaz. Bir kişinin sırf bir kalem mal almak için bile çeşit sayısının çok olduğu bir markete gitmesine benzetilebilir. Bunun yanısıra, çok büyük olmayan bir bölgede, hep eko-köyde konaklama yapılarak da diğer çekiciliklerle -günübirlik- ilgilenilebilir. Hatırlanacak olursa, bu veri aslında çalışmamızın ikinci bölümünde söz ettiğimiz “talep yönlü kümelenme” kavramını çağrıştırmaktadır. Bir ürünün satılmasının başka bir ürünün satılmasına bağlı oluşu turizm kümelenmesinin talep yönü idi. Bu örnekte gerçi hem kitle turizminin hem de ekoturizmin satın alınması değil, sadece ekoturizmin satın alınması sözkonusudur. Fakat deneklerin bu beyanları, farklı faaliyetlerin yan yana bulunmalarının bile, -hepsi satın alınmasa bile- faaliyetlerin herbirine bir fayda yarattığını ifade etmektedir. Eko-köy denize nispeten biraz uzak olsa da, deneklerin “istenirse deniz kenarına da günübirlik gidilebileceğini” hesaba katmaları ve aynı şekilde, çevrede başka turistik çekicilikler de varsa onları da gezebilecekleri ihtimalini hesaplamaları, bâkir bir yerde kurulmuş izole herhangi bir eko-işletme yerine, Fethiye bölgesindeki bu işletmeyi seçmelerinde etken olmuş olabilir. Yani “konaklama açısından” sadece eko-köy için gelinse bile, -günübirlik- başka alternatifleri de saklı tutan bir yerde kurulmuş olan bir eko-köyü tercih etmek sözkonusu olabilmektedir.

Bu veri, -önceki sorulardakinin tam aksine olarak- ekoturizmin kitle turizminden bağımsızlığı görüşüne bir zıtlık sayılmalıdır. Aynı zamanda, kitle turizminin olduğu bir yörede, ekoturizmin gelişiminin de daha kolay olacağını düşündürür niteliktedir.

Fakat bu konunun içerisinde, yedinci sorudaki cevapları gerçekten de ilginç olarak görmemizi gerektiren bir husus yine de mevcuttur. “Bölgenin turistik çeşitlilik yapısı, Pastoral Vadiyi seçmemde etken oldu” diyen denekler, yine de seyahatleri süresince her gün ayrı bir çekicilik unsurunu “günübirlik” ziyaret ederek, tüm tatillerini bu şekilde geçirecek değillerdir. Bir eko-tatilde bu ancak -deyim yerindeyse- “kafaya eserse” veya arada bir yapılabilecek bir şeydir. Örneğin, Ayvalık’da bir otelde kalan birisi, her gün Ayvalık’ın ayrı bir çehresini günübirlik ziyaret edebilir. Otele ise yatmadan yatmaya gelebilir. Ayvalık’taki otel sadece başını gece sokabileceği bir “dam”dır. Fakat bir eko-köy, tesis olarak başlı başına bir fenomendir. Ona “sıradan otel muamelesi” yapılmayacak ve zamanın önemli bir kısmı orada geçirilecektir. Tatile de zaten bunun için çıkmıştır. Eko-köyde kalan bir turistin, topu topu 5 günlük tatili süresince her gününü Fethiye’nin ayrı bir yerinde geçirip, eko-köye sadece geceleri uyumaya gelmesi düşünülemez bile... Ve bu durumda eko-turizmin de bir anlamı kalmazdı.

Bu gerçekler göz önüne alındığında, şunu söylemek mümkündür:

Anketimiz gösteriyor ki, turizmin tüm çeşitliliğinden yararlanılmasa bile, gidilen yerde çeşit bolluğu olduğunu bilmek (yani, sadece bilmek) bile turistin bir bölgeyi tercih nedeni olabilmektedir. Ekoturizmin kitle turizminden yararlanabilmesinin bir türü de herhalde bu olsa gerektir.

#### **i) Yedinci Sorunun, Altıncı Soru İle Birlikte Değerlendirmesi**

Acaba yedinci soru için yukarıda belirttiğimiz ilginç duruma, altıncı soruya “A” cevabı dışında cevap verenler sebep olmuş olabilir mi? Şimdi bunu araştıralım. Bunu araştırırken, altıncı soruya hiç cevap vermeyenleri dışlayacağız. Sadece A diyenlerle başka şıkları seçenleri birbiriyle karşılaştıracız. Aralarında anlamlı bir farklılık olup olmadığına bakacağız. Ya da bir başka deyişle, deneklerin altıncı soruya A cevabını vermeleriyle yedinci soruya verdikleri puanlar arasında anlamlı bir ilişkinin bulunup bulunmadığını inceleyeceğiz.



Altıncı soruya A cevabını verip de, yedinci soruya da cevap veren 55 denek vardır. Bunların cevaplarının ortalaması  $X_1=3,254545$  dir. Standart sapmaları ise  $S_1=1,337816$  dir.

Altıncı soruya A dan başka bir cevap verip de yedinci soruya da cevap veren 7 denek bulunmaktadır. Bunların cevaplarının ortalaması  $X_2=3,571429$  dur. Standart sapmaları ise  $S_2=1,049781$  dir.

Önce “çift-nokta korelasyonu” na göre inceleyelim.

Toplam denek sayısı 62 dir. Bunların kalış günü değerleri toplamı 204, kalış günü değerlerinin kareleri toplamı 778 dir. 204 ün karesi ise 41616 dir.

Buna göre hesaplanana çift-nokta korelasyon katsayısı,

$R_{\text{çn}}=0,239514$  çıkmaktadır.

Bu değer anlamlılığını t testine göre sınıadığımızda, hesaplanan t değeri 1,968175 çıkmaktadır. Bu sonuç iki yanlı teste göre anlamlı değildir. (kritik değer %5 e göre 1,96) Tek yönlü teste göre anlamlıdır. (kritik değer %5 e göre 1,64). Fakat anlamlı da olsa 1 den ziyade sifira daha yakın bir korelasyon katsayısı zayıf bir ilişkiye işaret etmektedir. Yani, deneklerin altıncı soruya “A” demeleri ya da dememeleri ile yedinci soruya verdikleri puanlar arasında çok çarpıcı bir ilişki (yani belirgin bir farklılık) gözlenmemektedir.

Bu iki ortalamayı bir de t testine göre sınyalım.

Hesaplanan t değeri -0,594 çıkmaktadır.. T tablosunda %5 anlam düzeyine göre tek yanlı testte kritik değer 1,64’dür. İki yanlı teste göre kritik değer ise 1,96’dır. Bu sonuç bunların her ikisine göre de oldukça düşük olduğundan, anlamlı sayılmamalıdır. Yani t testi ile çift-nokta korelasyon analizimiz aynı sonucu vermiştir. Altıncı soruya A demeyenlerin yedinci soruda ortalamasının yüksek çıkmasında özel bir rolleri yoktur.

Bütün bunları bir de altıncı soruya A diyenlerin sonuçlarını “eşik” bir değer ile karşılaştırarak teyit etmeyi deneyelim.

Altıncı soruya A cevabını verip de, yedinci soruya da cevap veren 55 denek vardı. Bunların cevaplarının ortalaması  $X_1=3,254545$  idi. Standart sapmaları ise  $S_1=1,337816$  idi.

Z testine göre hesaplanan Z değeri 1,41 dir. Bu sonucu iki yanlı teste göre anlamlı olması için eşik değerin 3 (“kararsızım” cevabının karşılığı) olması yetmemektedir. Eşik değerin, tek yanlı teste göre en fazla 2,96 olması, iki yanlı teste göre ise en fazla 2,90 olması gerekmektedir. Fakat bunlar da 3 e çok yakın değerlerdir. Kaldı ki, eşik değerin en fazla 2,5 olması gerektiği (2 den yüksek... 2 rakamı “katılmıyorum” cevabını temsil ediyordu) de ileri sürülebilir.

Kısacası yedinci soru altıncı soru ile birlikte değerlendirildiğinde, Fethiye bölgesinin turistik çeşitliliğinin altıncı soruya A cevabını vermiş olanlar (sırf Pastoral Vadide konaklayanlar) üzerinde -müthiş bir etkisi gözlenmese bile- bu etki hiç yok ta değildir denilebilir. Bölgenin tümünün çekici özelliklerinin, sırf Pastoral Vadi için gelmiş olanlar üzerinde bile, yine de “dişe dokunur” belirli bir çekim etkisinin bulunduğu anlaşılmaktadır. (Kaldı ki, belki de altıncı soruya “A” demiş olanların yedinci soru skorlarının aslında 1 e yakın olması beklenirdi.)

#### j) Sekizinci Sorunun Değerlendirmesi

Toplam 71 kişinin hepsi bu soruya cevap vermişlerdir.

Bu 71 kişilik örneklemin ortalaması 1,676056338028169’dır. Standart sapması ise 1,003860827110167’dir. Bu ortalama, eşik değer olan 3 ile Z testi yardımıyla karşılaştırıldığında, hesaplanan Z değeri 11,11 (kritik değerden çok fazla yüksek) çıkmaktadır. Yani hesaplanan ortalama, 3 den anlamlı ölçüde farklıdır. Bir başka deyişle, genellikle bireyler Pastoral Vadide yalnızlık ve yabancılik duygusu hissetmemişlerdir. Büyük Metropol Kent (BM) ile BM dışında kalan yerlerden gelenler için bu test ayrı ayrı yapıldığında da sonuç değişmemektedir.

Yine de acaba BM den gelenler daha küçük yerlerden gelenlere (Kent, kasaba ve köy) kıyasla -doğal olarak- bu duyguları biraz hissediyor olabilirler mi?

BM den gelenlerin ortalaması  $X_1=1,823529$  ‘dur (51 kişi) Standart sapması ise  $S_1=1,097339$ ’dur.

Diğer tür yerlerden gelen 20 deneğin ortalaması  $X_2=1,3$  dür. Standart sapması ise  $S_2=0,556776$ ’dır.

Bu iki ortalama farkı için hesaplanan t değeri 2,0046 dır. T tablosunda %5 anlam düzeyi ve iki yanlı test için belirtilen kritik t değeri 1,96 olduğundan, bu iki ortalama anlamlı ölçüde farklıdır. Yani BM dışından gelenlerde, kendini yalnız ve yabancı hissetmeme olgusu daha belirgindir.

BM dışından gelenlerde bu hissin daha az olması beklenen bir sonuçtur. Fakat gerek BM lerden gelenlerde, gerekse BM ler dışındaki yerlerden gelenlerde yalnızlık ve yabancılık hissi oldukça düşüktür.

Bilindiği gibi, turistin bir ikilemi, orijinal bir deneyim yaşama arzusu ile güvenlik ihtiyacı arasında sıkışıp kalmasıdır. Güvenlik ihtiyacının ağır basması kitle turistini, beraberinde getirmektedir. Kitle turizmi içerisinde yalnızlık ve yabancılık hissi daha az olmaktadır. Yani aslında yalnızlık ve yabancılık hissi duymaması beklenenler, ekoturistler değil, kitle turistleridir. Bu nedenledir ki, yukarıdaki sonuç bu açıdan ilginç bir sonuçtur.

Ama belki denilebilir ki, kendini yalnız ve yabancı hissetmemek için, katıldığı turizmin “kitle turizmi” olmasına zaten çok ihtiyaç duymayan özgüven sahibi tipler ekoturist olmaktadır. Bu duygusunu yenemeyenler ise kitle turizmine katılmaktadır.

Yani yukarıdaki sonuçtan hareketle ekoturizmin “aslında yalnızlık hissettirmedeği” sonucuna otomatik olarak varılamaz. Çünkü anketi eko-köye “gönüllü” ve istekle gelmiş olanlara yapıyoruz; gelmemiş olanlara değil... Belki de bir deniz kenarında kitle turistlerine “neden eko-turist olmadıkları” yönünde sorular içeren” bir anket yapmak daha ilginç ve bu hususta daha aydınlatıcı olabilirdi.

### **k) Dokuzuncu Sorunun Değerlendirmesi**

Dokuzuncu soruda deneklere bu işletmedeki ortamın, evdeki ortama benzer özellik ve imkânların mevcut olup olmadığı sorulmuştu. Buna cevap veren denek sayısı 65 dir. Sonuçlar şöyledir:

a- Mevcut ..... 9 kişi (Oran: % 13,8)

b- Mevcut Ama Benzerlik Az ..... 13 kişi (Oran: % 20)

c- Mevcut Değil ..... 43 kişi (Oran: % 66,2)

“Mevcut değil” diyenlerle benzerliği az bulanlar ezici çoğunluktur. Ayrıca a şikkından c şikkına doğru gidildikçe, BM lerden gelenlerin oranının da daha fazla olduğu (burada gösterilmesine gerek duyulmamıştır) gözlenmektedir.

Bu, beklenen normal bir sonuçtur.

### **I) Onuncu Sorunun Değerlendirmesi**

Bu soruda tüm şıkları dolduran denek sayısı 66’dır. Bu nedenle analiz bu denekler için yapılmıştır. Sonuçlar şöyledir:

<u>Şıklar</u>	<u>Kısa Anlamı</u>	<u>Önem Ortalaması</u>	<u>Önem Sırası</u>
a	Temel ihtiyaçlar	2,803030	3
b	Güvenlik	1,818181	1
c	Orijinal tecrübe	2,1363636	2
d	Alışılmış Rek. İmkânları	3,166666	4

Bu sonuçlara göre önem bakımından birinci sırada “güvenlik içerisinde olduğundan emin olmak” gelmektedir. “Orijinal tecrübeler yaşamak” amacı ikinci sıradadır. Ardından “temel imkânların evdekinden daha aşağı seviyede olmaması” gelmektedir. “Ev çevresindeki alışılmış rekreasyon imkanlarının bulunması” ise, önem bakımından sonuncu sıradadır.

Bu önem ortalamaları arasındaki farkların anlamlı olup olmadığını test etmek için akla varyans analiz (F testi) gelmektedir. Fakat bundan vazgeçip, mevcut sonuçların kaba yorumuyla yetinmek durumundayız. Çünkü F testi, şıklara verilen cevapların birbirinden bağımsız olmalarını gerektirir. Oysa bu soruda bunun tam tersi bir durum vardır. Örneğin bir denek a şikkına “1” rakamını işaretlediyse, artık diğer şıkların hiçbirine “1” diyemeyecektir.

Bu sonuçlar da aslında şaşırtıcı değildir. Ekoturizmi bir kenara bırakıp turizmin geneli için konuşmak gerekirse, güvenliğin en önemli şey olmadığını -marjinal turistler dışında- hiçkimse kolay kolay söylemez. “Orijinal tecrübe”ye gelince, tatile zaten bunun için çıkılmaktadır. Bu soru aslında, “acaba değişik bir manzarayla karşılaşabilir miyiz?” merakıyla sorulmuş bir sorudur. Ve bu sonuçlardan çıkartılabilecek çok özel bir yorum bulunmamaktadır.

Denilebilir ki ekoturizmi kitle turizminden ayıran, bu şıklar arasındaki sıralama farkı değil, derece farkıdır. Örneğin kitle turizminde de sıralama aynı olmakla birlikte, “güvenlik” ihtiyacı ortalamasının 1’ e daha çok yaklaşması umulabilir. Literatürde “kitle turizminde güvenlik endişeleri ön plandadır” denilmesi, orijinal tecrübe uğruna güvenlikten verilecek tavizin kitle turizminde fazla olmayacağı ve asıl tavizin güvenlik uğruna orijinal tecrübeden verileceğinin ifadesidir. Ekoturizme katılanlar ise orijinal tecrübe için güvenlikten biraz taviz vermiş olmalarına rağmen güvenlik şüphesiz ki en önemli faktör olmaya pekala devam edebilir. Örneğin, bir tatilde güvenlik derecesi % 99 olsun. Bunun %92 ye inmesi (ki, bu da çok yüksek bir güvenlik derecesi olmasına rağmen) belki de güvenlikten çok önemli düzeyde taviz verilmesi anlamına gelmektedir. Çünkü güvenlik başlı başına zaten her zaman önemli bir kavramdır.

#### m) On birinci Sorunun Değerlendirmesi

Bu soru, doğrudan doğruya, çalışmamızın ikinci bölümünde söz edilen “destekleyici deneyim”in ekoturizmdeki konumunu araştırmak amacıyla sorulmuş bir sorudur. Deneklerin bu soruya 1 ile 10 arasında puan vermeleri istenmiş idi. Toplamda 70 denek bu soruya cevap vermiştir.

Sonuçlar şöyledir:

<u>Puan(X)</u>	<u>Frekans(f)</u>	<u>fX</u>
3	1	3
4	1	4
5	8	40
6	1	6
7	5	35
8	12	96
9	5	45
10	37	370
+		
	70	599

Bu sonuçların ortalaması 8,557 puan, standart sapması ise 1,902 dir.

Z testine göre bu durumda ana kütle ortalaması %95 olasılıkla 8,1023 ile 9,0117 aralığındadır.

Ortalamanın 10 çıkmaması destekleyici deneyimin öneminin ekoturizmde bile tamamen “sıfır” düzeyinde olmadığını göstermektedir. Fakat 10 a yakın bir aralıktadır Bu durum ekoturizme katılan bireylerin destekleyici deneyimin eksikliği halinde “fedakâr” olabileceklerini göstermektedir. Ekoturizmin kitle turizmine nazaran daha orijinal bir turistik deneyimi temsil ettiği hesaba katılırsa, bundan, birey ekoturizme katıldığı takdirde destekleyici deneyimi çok aramayacağı sonucu çıkartılabilir.

Şu var ki, soru “bu işletmede” diyerek başlamayıp, genel tarzda sorulmuştur. Bu durumda herhangi bir 70 kişilik örnekleme değil de, bu eko-köyde kalanlara sorulmasının ne açıdan önemli olduğu akla gelebilir.

Biz yine de, bu sorunun eko-köye “gelmiş” lere sorulmasıyla, “gelmemiş” lere sorulmasının aynı şey olmadığı kanısındayız. Eğer *orijinal bir tecrübe yaşanacaksa, evdeki imkânların gidilen yerde de bulunmasının önemsenmemesi*, “genel bir insan karakteri” olmayabilir ve 70 kişilik herhangi bir başka örnekleme, yukarıdaki tablodaki kadar istikrarlı bir sonuç vermeyebilir. Bu karakterde olan kimselerin ekoturist olmaya daha eğilimli olduklarını, diğerlerinin ise ekoturizme kolay kolay yanaşmayacaklarını düşünmek de mümkündür.

Belki denilebilir ki, ekoturizm işletmelerindeki destekleyici deneyim imkânlarının kitle turizmindekine nazaran daha düşük bir düzeyde olduğu bir gerçektir. Bu denekler zaten bu konuda “fedakâr” olmasalardı, bu işletmeye gelmezlerdi. Bu açıdan, bu 11. sorunun belki de lüzumsuz olduğu düşünülebilir. Bu durumda soru, bilinen bir gerçeği teyit etmekten ibarettir Ve bu teyit gerçekleşmiştir. Özellikle işletmeye ilk defa gelenlerin -dolayısıyla neyle karşılaşacaklarından tam olarak emin olamayanların- çoğunlukta olduğu (ki, bunu 2. sorudan biliyoruz) göz önüne alındığında bu teyidin öneminin biraz daha arttığı söylenebilir.

Bunu belirttikten sonra ilk defa gelenlerin puan ortalamasına ve bunun ilk defa gelmeyenlerin ortalama puanıyla olan farkına bakmadan da yapamayız.

İlk defa gelen denek sayısı 57 olmakla birlikte, bunlardan birisi 11. soruya puan vermemiştir. İlk defa gelen 56 deneğin puan ortalaması 8,3214 dür. Standart sapma ise 2,009 dur.

İlk defa gelmeyen denek sayısı ise 14 dür. Bunların ortalama puanı 9,5 olup, standart sapma ise 0,982 dir.

Bu iki ortalama arasındaki farkın analizine ilişkin t değeri hesaplandığında 2,117 çıkmaktadır. Bu değer t tablosundaki iki yanlı teste göre %95 olasılıkla geçerli olan kritik t değerinden büyüktür. Yani bu iki ortalama birbirinden anlamlı şekilde farklıdır. İlk defa gelenlerin destekleyici deneyime verdikleri önem daha fazladır. (Sorunun gereksiz olmadığını bundan da anlayabiliriz)

Buna rağmen ilk defa gelenlerin ortalaması bile yüksek sayılabilecek bir değerdedir. Örneklem ortalaması 8,3214 ve örneklem standart sapması 2,0009 olduğundan, ilk defa gelenlerin ana kütle ortalaması ise, %95 olasılıkla 7,7866 ile 8,8562 aralığındadır.

#### n) Onikinci Sorunun Değerlendirmesi

Deneklerin bu soruya verdikleri puanların dağılımı şöyledir:

<u>Puan(X)</u>	<u>Frekans(f)</u>	<u>fX</u>
1	4	4
3	5	15
4	2	8
5	16	80
6	7	42
6,5	1	6,5
7	9	63
8	9	72
9	3	27
10	15	150
+		
	71	467,5

Buna göre örneklem ortalaması 6,5845 dir. Örneklem standart sapması ise 2,537 dir. Buna göre ana kütle ortalaması %95 olasılıkla 5,9823 ile 7.1867 aralığındadır.

Bu ana kütle ortalaması 5 den (10 un yarısı) büyük olmakla birlikte, maksimum puan olan 10 değerine yakın da sayılmaz.

Bu sonuç, sözkonusu eko-köyün “arka bölge” içerisinde turistlere sunulan bir “ön bölge” olma fonksiyonunu yeterince icra edemediğini ortaya koymaktadır. Acaba bu durum normal midir? Bunu kesinlikle bilemiyoruz. Çünkü suni bir ön bölgenin halkın gerçek yaşantısının tamamını değil, ancak bir kısmını (genellikle turistin hoşuna giden kısım) göstereceği literatürde de belirtilmektedir. Hatta işletme görüşmesinde de görülebileceği gibi, işletmeciden “bu işletmeye gelen ziyaretçilerin mutlu olmak için yaptıkları işler, bu işletmenin yakın çevresinde yaşayan yerel halkın günlük işleriyle büyük bir benzerlik içerisinde” ifadesine ne kadar katıldığını 1 den 10 a kadar puanlayarak belirmesi istendiğinde işletmeci orada yaşayan birisi olarak buna çok daha az ( sadece “3” ) puan vermiştir.

Fakat literatürdeki, “ön bölgenin arka bölgenin kötü bir kopyası olduğu” saptaması literatürde ekoturizme bağlı olarak değil, genel olarak ileri sürülmektedir. Ekoturizmin bu açıdan kitle turizmine nazaran yine de daha iyi bir durumda olabilir. Belki de bu ortalama 6,5845 olan puan, -literatüre bile girmiş olan bu gerçeklere karşın- yine de çok iyi bir puandır.

#### o) **Onüçüncü ve Ondördüncü Sorunun Birlikte Değerlendirmesi**

Bu sorular da -ikisi birlikte- ekoturizmin nispeten bağımsız bir turizm türü olup olmadığını anlamaya yönelik sorulmuş sorulardır.

Ekoturizm genel turizme nazaran bağımsız bir konumda ise, tipik turistin “bir eko-köye mi gitsem, yoksa deniz kenarına mı gitsem” türünden bir karşılaştırma yapmaması beklenir. Böyle bir karşılaştırmaya yeltenmek, ikisi arasında çok fark görülmediğini, esas amacın bir şekilde -ne şekilde olursa olsun- “tatil yapmak” olduğunu ifade eder.

Acaba deneklere böyle bir karşılaştırma yapıp yapmadıklarını sorabilmenin bir yolu var mıdır? “Maliyet” kavramı bu konuda yol gösterici olabilir. Aynı işlevi



gören iki şeyden hangisi daha ucuzsa onu almak açısından, maliyet (fiyat anlamında) karşılaştırması önemli olarak görülür. Bir başka deyişle, maliyet karşılaştırması genellikle “özde işlevsel olarak aynı” olan şeyler arasında sözkonusudur.

Acaba ekoturizm ile kitle turizmi özde aynı mıdır? Neticede turistin amacı tatil yapmak değil midir? İkisi de neticede aynı olgunun (tatil) farklı görünüşlerinden ibaret değil midir?

“Ekoturizmin bağımsızlığı” tartışmasına bu açıdan da yaklaşılabılır. Eğer bu farklı tatil biçimleri birbirini ikame eden şeyler değil ise, birbirine ucuzluk pahalılık açısından rakip olmuyorlarsa ekoturizm bağımsız demektir. Kendi özel-sadık bir müşteri kitlesi var demektir.

Tüketiciler ekoturizmi, deniz turizmi ile hemen hemen aynı kefeye koyuyorlarsa bu ikisi arasında maliyet karşılaştırması yapmalarının ancak o zaman bir anlamı olur. Fakat elbette, bu maliyet karşılaştırmasını “mutlak” anlamda ele almamak gerekir. Örneğin ekoturizme katılmanın günlük maliyeti 30 lira iken, kitle turizmininki 20 lira olsun. Ekoturizmin biraz farklı niteliğinden dolayı turist bu ikisini arasında yine de kayıtsız olabilir (Eşdeğer görebilir). Tercih yapması için aradaki maliyet farkının biraz daha belirgin olması gerekebilir. İşte “maliyet karşılaştırması” mutlak anlamda ele almamak gerekir” derken bunu kastediyoruz.

Kısacası, -benzetme yerindeyse- hangi fırından ekmek alacağımıza karar verirken maliyet karşılaştırması yaparız. Fakat ekmek mi, yoksa turşu mu alacağımıza karar verirken bu ikisi arasındaki maliyet karşılaştırmasına çok daha az önem veririz. Çünkü ekmek ayrı (bağımsız), turşu ayrıdır.

Benzer şekilde, eğer ekoturizm, katılanların özellikle önem verdiği, sadık müşteri kitlesi bulunan bağımsız bir turizm türü ise (ki, “ekoturizmin bağımsızlığı” kavramı bu anlamda da ele alınabilir) eko-köyde anket yapılan deneklerin, maliyet karşılaştırmasına ancak hangi ekoturizm işletmesine gideceklerine karar verirken önem verdiklerini söylemeleri beklenir. Ama deniz ile eko-köy arasında karar vermeleri gerektiğinde maliyet karşılaştırmasına o kadar çok önem vermediklerini (deniz göreceli olarak çok aşırı ucuz olmadıkça ekoturizmden vazgeçmeme anlamında) söylemeleri beklenir.

Bizim konuya yaklaşımımız özetle bu olmakla birlikte, bazı deneklerin bu soruyu farklı şekilde algılamış olmaları mümkündür. Çünkü onlar ne ekonomisttir; ne de turizm akademisyenidir. Onlar sadece turisttirler. Örneğin ekoturizme sıkı sıkıya bağlı birisi bizim yaklaşımımıza uygun olarak 14. soruya “1” puan verebilir. Fakat “maliyet karşılaştırması” tabiri bireyin zihninde, “nasıl olsa aynı turizm türünün fiyatları da aynı olur; farklı maliyetler ancak ekoturizm ile deniz turizmi arasında olur ve maliyet karşılaştırması da ancak o zaman gündeme gelir” gibi dolambaçlı düşünceler çağrıştırıyorsa, aynı bireyin bu soruya “20” puan vermesi de muhtemeldir.

Fakat diyebiliriz ki, istatistiksel testler, bir yargıya varırken “tesadüfi faktörleri” de göz önüne alarak, yani “bunlara rağmen” sağlıklı yorumlar üretebilmek için vardır. Bazı deneklerin bu soruları tam olarak idrak edememesi de bir çeşit “tesadüf” faktörü sayılır. Eğer istatistiksel test, 13. soru puanları ortalamasının 14. soru puanları ortalamasından anlamlı ölçüde farklı olduğunu gösteriyorsa, bu farklılık belirttiğimiz tesadüf faktörüne “rağmen” anlamlı demektir ve bu sonuca %95 oranında güvenebiliriz demektir. (Eğer anlamlı bir sonuç çıkmazsa, soruların bazılarınca yanlış anlaşılıp anlaşılmadığı meselesi işte ancak o zaman gündeme gelmelidir.)

Bu konuda bizi -test öncesinde- biraz rahatlatan bir olgu, bir bireyin 13. soruya 15 puan verirken, 14. soruya hiç puan vermemesi ve buna gerekçe olarak da sorunun yanına “ekoturizm her şeyden önemli benim için” tarzında bir not düşmüş olmasıdır. Bu denek böylece soruyu doğru algıladığını -bizce- ifade etmiş olmaktadır. Bu olgunun varlığı, deneklerin çoğunun da aslında bu soruları doğru algılamış olmaları olasılığını güçlendirmektedir.

Gelelim cevapların analizine...

Karşılaştırmanın sağlıklı olması için hem 13. soruya, hem de 14. soruya cevap verenler dikkate alınmıştır. Bunlar 69 kişidir. (soruların birine ya da ikisine birden cevap vermeyen iki denek elenmiştir.)

13. sorunun puanlarının ortalaması  $X_{13}=10,543478$  dir.

13. sorunun puanlarının standart sapması ise  $S_{13}= 5,74692$  dir.

14. sorunun puanlarının ortalaması  $X_{14}=6,717391$  dir.

14. sorunun puanlarının standart sapması ise  $S_{14}= 5,484813$  dür.

Bu iki ortalama arasındaki farkı Z (normal dağılım) testi ile sınıadığımızda, hesaplanan Z değeri 4,000639 çıkmaktadır.

Bu sonuç, Z tablosunda %5 anlam düzeyine iki yanlı test için karşılık gelen 1,96 değerine kıyasla çok büyüktür. Hatta %1 anlam düzeyine tekabül eden 3 değerinden bile büyüktür. Yani, bu iki örneklemin temsil ettiği ana kütlelerin ortalamaları arasında fark olmaması olasılığı %1 bile değildir.

O halde diyebiliriz ki, 13. sorunun puanlarının ortalaması, 14. sorunun puanlarının ortalamasından anlamlı ölçüde yüksektir.

Denekler maliyet karşılaştırmasını daha ziyade, ekoturizm temelli bir tatili nerede yapacakları konusu gündeme geldiğinde daha çok önemsemektedirler. Ekoturistik bir tatil ile bir deniz tatili arasında seçim yapmak sözkonusu olduğunda ise, maliyet karşılaştırmasını daha önemsiz olarak görmektedirler.

Bu sonuç kanımızca, ekoturizmin kitle turizminden ayrı-bağımsız bir turizm türü olduğu görüşünü destekleyen kanıtlardan birisi sayılmalıdır.

Durumu bir de farklı bir yöntemle ele alalım. Hem 13. soruya, hem de 14. soruya puan veren aynı deneklerin bu iki puanları arasındaki farkların ortalaması açısından meseleye yaklaşalım. (eşlenik örnekleme yöntemi) Acaba, bakalım benzer bir sonuç elde edecek miyiz?

Hem 13. hem de 14. soruya cevap veren 69 denek vardır. Bunların her birinin bu sorulara verdikleri puanların farkları ortalaması  $X_D=3,7681159$  dur. Örneklem standart sapması ise  $s=7,65002248$  dir.

Bu verilere göre hesaplanan Z değeri ise 4,091533 çıkmaktadır. (Yukarıdaki sonucu hemen hemen aynı).

Bu sonuç, sözkonusu örneklemin, puan farkları ortalaması gerçekte sıfır olan bir ana kütlede (yani, deniz tatili ile eko-tatil arasında genellikle bir fark görmeyen sayısız eko-turistin oluşturduğu bir ana kütlede) gelmesi olasılığının oldukça düşük olduğuna işaret etmektedir. Yani denekler -tıpkı yukarıda da belirttiğimiz gibi-, maliyet karşılaştırmasını daha ziyade, ekoturizm temelli bir tatili nerede yapacakları konusu gündeme geldiğinde daha çok önemsemektedirler. Eko-turistik bir tatil ile bir

deniz tatili arasında seçim yapmak sözkonusu olduğunda ise, maliyet karşılaştırmasını daha önemsiz olarak görmekte-dirler.

#### **4.4.2. İşletme Görüşmesi Bulguları ve Yorumları**

İşletmeci ile yapılan görüşmenin özet metni yukarıda verilmiştir. Burada, görüşmenin yalnızca konumuz açısından çarpıcı olduğunu düşündüğümüz bazı noktaları üzerinde durmak istiyoruz. Bunları aşağıda birkaç maddede özetledik:

a) İşletmeci “pastoral” kavrama uygun olarak, tesisin kuruluşunda yöresel malzemelerin kullanıldığını, tesisin, alt katta tek, üst katta iki odası bulunan iki katlı evlerden oluştuğunu belirtmiştir. Kışın ısınma kuzine sobalarla yapılmaktadır. Merkezî ısıtma sisteminin olmayışı, “yüksek deneyim”de (bu kavramdan Üçüncü Bölüm’de söz etmiştik) aşırılığa kaçıldığı izlenimini uyandırabilir. Fakat işletmeci çiftliğin 12 ay açık olduğunu belirtmekle birlikte, müşterilerin genellikle büyük şehirlerde çalışan kimseler olduklarını ve tatil zamanlarının da çoğunlukla yaz ayları olduğunu belirtmiştir.

b) Gelenlerin hemen hemen tümünün Türklerden oluştuğunu ve tümünün turla değil, “bireysel” olarak geldiğini işletmeci teyit etmiştir.

c) İşletmeci, işletmeye konaklamaya gelenlerin bölgeye de sırf bu işletme için geldiğini belirtmiştir. Bu açıklama, anket sonuçlarıyla da -büyük ölçüde- uyum halindedir. Bununla birlikte işletmeci, işletmesinin olumlu yönlerini çevrede başka imkânların varlığı açısından da vurgulamıştır. İşletmeci bir anlamda, müşteriler sırf bu eko-köy için gelseler de, bölgenin genel çekiciliklerinin de eko-köyü yaşatan bir etken olabildiğine dikkat çekmiş olmaktadır. Hatta bu çekicilikler arasında “denizde yüzme” imkânından da söz etmesi özellikle dikkat çekicidir. Hatırlanacağı gibi, anketimizin altıncı ve yedinci sorusundaki saptamalarımız da bu olguyla uyum halindedir. Eko-köyün, deniz turizmine (ya da denize girme imkânlarının bulunduğu yere) yakın sayılabilecek bir yerde bulunması bir avantaj olarak görülmektedir. Sahil aslında işletmeye çok yakın da değildir. (İşletmeci mesafenin 5 km. olduğunu belirtmiştir.) Esasen çok yakın olması ekoturizmin karakterine de aykırı olurdu. Yani denize ne çok uzak, ne de çok yakın olan bu konum, bu açılardan ideal bir yerleşmeyi temsil etmektedir. Şüphesiz ki, müşteriler sadece mutlaka 5 km. uzaktaki “Yanıklar Sahili”ne gitmek zorunda değildirler. Fethiye, bir turizm bölgesidir ve işletmenin çevresinde başka tür rekreasyon imkanlarından, tarihi yerleri ziyaret etmenin keyfinden, hatta Yanıklar’ a nazaran biraz daha iyi durumda bulunan başka

sahillerden yararlanmaları da mümkündür. Bunu işletmeci de belirtmiştir. Ve özellikle “çevre” yerine “Fethiye” kelimesini kullanması dikkat çekicidir. Kısacası kitle turizmine de yakın bir konumda bulunmanın eko-işletme için bir avantaj olduğu açıkça görülebilmektedir. Eğer ekoturizmin kitle turizmine bağımlılığından söz edilecekse, bu herhalde sözkonusu bağımsızlığın çarpıcı bir biçimini temsil etmektedir.

d) İşletmecinin verdiği “ortalama kalış süresi” bilgisi (3 gün) ankette elde ettiğimiz ortalama kalış süresinden kısadır. Elbette biz bu konuda anketi esas almalıyız. Fakat 3 gün bile çok kısa bir kalış süresi sayılamaz. Anket sonuçlarımızın doğru olma olasılığı -genellikle testlerde kullandığımız anlamlılık düzeyi %5 olduğundan- %95 dir. Fakat %5 olasılıkla yanlış olma durumu bulunsa bile, işletmecinin bu beyanı ortalama kalış süresinin 3 günün altına kolay kolay inmeyeceğinin de bir kanıtı gibi görülebilir.

Kalış süresinin çok kısa olmaması, “ekoturizmin bağımsızlığı” lehine bir kanıt sayılır.

e) Eko-köyün, turistik deneyim açısından “arka bölge”yi temsil eden bir “ön bölge” (bu kavramlardan Üçüncü Bölüm’de söz etmiştik) olma işlevini çok mükemmel şekilde yerine getirmediği bilgisi (ki, bunu ankette elde etmiştik.) işletmeci tarafından da bir anlamda teyit edilmiştir. Şöyle ki, işletmeci, bu işletmede müşteriler tarafından gerçekleştirilen aktivitelerin, yöre halkının günlük işleriyle benzerliğinin az olduğunu belirtmiştir.

f) Eko-köy müşterilerinin Fethiye bölgesindeki diğer -günübirlik- turistik imkânlarla kolay ulaşabilmelerinin simetriği, bölgeye ekoturizm dışındaki amaçlarla gelenlerin, bu ekoturizm işletmesine -günübirlik- kolay ulaşabilmeleridir. Aslında işletmeci bu durumdan şikâyetçidir. Yoldan geçerken uğrayan günübirlik ziyaretçilerin işletmenin kalitesini düşürdüğünü belirtmektedir. Hatta Pastoral Vadi’ye gelirken yolda hiçbir tabela veya işaretin bulunmamasından “olumlu” bir olgu olarak söz etmektedir.

İşletmecinin bu açıklaması aslında bizce ekoturizmin bir ikilemini yansıtmaktadır ve ekoturizm işletmelerinin konum seçiminin oldukça hassas bir mesele olduğunu da ifade etmektedir. Eko-turistik işletmenin, kitle turizminin gerçekleştiği yere yakın olması -yukarıda da belirtildiği gibi- bir avantaj sağlamaktadır. Fakat çok yakın olunca da bu tip problemler ortaya çıkabilmektedir. Genel turizm bilgisi açısından bu örnek bize, “ulaşılabilirliğin” aslında her şart

altında her zaman çok iyi birşey olmayabileceğini anlatmaktadır. Fakat belki şu da bir gerçektir ki, bölgeye ekoturizm dışındaki amaçlarla gelmiş olanların, eko-köyü günübirlik ziyaretleri, işletmenin tanınması açısından yararlı olabilir ve ileriki yıllarda sözkonusu işletme (dolayısıyla ekoturizm) daha popüler bir hâle gelebilir. Şüphesiz ki, günübirlik ziyaretçilerin bölgede bulunma sebepleri, bölgede kitle turizminin de var olmasıyla ilişkilidir. Dolayısıyla, işletmecinin şikâyet ettiği bu olgu, “ekoturizmin kitle turizmine yaslanması” olgusunun bir çeşit versiyonu olarak da görülebilir.

## 5. SONUÇ

Ekoturizmin kitle turizminden tamamen bağımsız (özerk) olarak var olabilen bir turizm çeşidi olup olmadığını araştırmaya başladığımızda ilk karşılaştığımız olgu, “ekoturizm” kavramının kendi içerisindeki çeşitliliğidir. Ekoturizm, “doğaya, doğallığa veya doğal ortama daha fazla yakınlık” içeren turistik aktivite çeşitlerinin hepsine birden verilen genel bir isimdir. Bu aktivite çeşitlerinin her birinin kitle turizmiyle ilişkileri aynı düzeyde olmayabilir. Bu nedenle biz çalışmamızda “eko-köyde konaklama” anlamındaki ekoturizm ele alınmıştır.

Ekoturizm işletmelerinin -Türkiye’deki- coğrafi dağılımı, ekoturizmin kitle turizmiyle sıkı bağlantıları bulunduğu kanısını uyandırır tarzdadır. Çalışmamızla ilgili anket ve işletme görüşmesinin yapıldığı eko-işletme (Pastoral Vadi) bile bir kitle turizmi destinasyonu olan Muğla’nın Fethiye ilçesine yakın bir konumda bulunmaktadır. Eğer anket ve işletme görüşmesinin bulguları işletme böyle bir konumda bulunmasına rağmen, ekoturizmin bağımsızlığına işaret ettiği takdirde, bunun çok daha anlamlı olacağı düşünülmüştür.

Aslında bizi böyle bir çalışmaya iten ana sebep, -ekoturizm işletmelerinin coğrafi dağılımı da göz önüne alındığında- ekoturizmin “alternatif” bir turizm türü değil, bundan daha ziyade kitle turizmine bağımlı bir turizm türü olabilmesi olasılığının küçümsenmemesi gerektiği yönündeki ön fikirlerimiz ve sezgilerimizdir. Literatürde “kümelenme teorisi” olarak geçen bir grup teorisinin varlığı da bu sezgileri desteklemektedir ve bu nedendir ki, kümelenme teorisinden çalışmamızda bolca söz edildi.

Özetlersek, kümelenme teorisi, birbirleriyle girdi-çıkıtı yönünden ilişkileri bulunan iktisadi faaliyetlerin coğrafi olarak birbirlerine yakın olmalarının onlara rekabet avantajı sağladığı ve yaşamlarını kolaylaştırdığını ileri süren bir teoridir. Bu, kümelenme teorisinin “arz” yönüdür. Fakat kümelenmenin “talep” yönlü sebepleri de bulunabilir. Özellikle turizm kümelenmelerinde (hepsi de turizme hizmet eden aynı tür veya farklı tür işletmelerin aynı bölgede toplanmaları) açısından talep yönlü sebeplerin daha çok rol oynadığı söylenebilir.

“Talep yönlü kümelenme” nin altında, bir bölgeye bir şey satın almak için gelenlerin, geldikten sonra burada bulunan başka şeylerden de satın almak isteyebilecekleri düşüncesi yatar. Turist, bir destinasyona “hoşça vakit geçirmek için” gelmektedir. Ama destinasyonda hoşça vakit geçirmenin de çeşitli biçimleri vardır. Bunun yanısıra, başlangıçta hesapta olmasa bile satın alınmasından haz

duyulabilecek otantik-turistik eşyalar vardır. Bunların birçoğunu gidilen yerde birarada bulabilmek turist için avantajdır. Hatta yöredeki turistik aktivite çeşitlerinin, turistik imkânların bolluğu, -turist sonuçta bunların birçoğundan yararlanmaya vakit bulmadan evine döneceğini tahmin etse bile- onu o yöreye çeken önemli bir faktör olabilir. Anketimizde sorgulanan hususlardan birisi de budur. Ankette, eko-köyde kalanların Fethiye yöresine sadece bu eko-köyde kalmak için gelip gelmedikleri araştırılmıştır.

Turist seyahate orijinal -ve biraz da otantik- bir turistik deneyim yaşamak için çıkmaktadır. İlk akla gelen, ekoturistlerin kitle turistlerine nazaran bu duyguyu daha yoğun yaşadıklarıdır. Fakat çok uç orijinal deneyimleri herkes tercih etmeyebilir. Bazıları ise uç deneyimlere özellikle meraklı olabilir. Eğer ekoturizm gerçekte kitle turizmine nazaran çok uç sayılabilecek türde bir deneyim sunuyorsa, ekoturizmin kitle turizminden tamamen izole, ayrı bir tüketici grubunun bulunduğu ve bir anlamda “ekoturizmin bağımsızlığı” tezi güçlenmiş olur. Bilinmektedir ki, -genel olarak turizmde- turist evde tatmadığı deneyimleri (buna “yüksek deneyim” denilmektedir) tatmak için seyahate çıkmakla birlikte, evdeki konfor imkânlarının bir kısmının gittiği yerde de bulunmasını (buna da “destekleyici deneyim” denilmektedir) arzu edebilir. Bunun yanısıra literatürde, “ön bölge” ve “arka bölge” kavramları vardır. “Arka bölge”, yerel halkın gerçek yaşam biçimi ve gerçek yüzüdür. Seyahatin amaçlarından birisi “otantik bir deneyim yaşamak” olsa bile, turistin kısa tatil süresince bu amaca paralel olarak arka bölgeye yeterince girmesi ve yeterince algılaması zordur. (Hele ki, kitle turizminde daha da zordur.) Bu nedendir ki, turizmin üreticileri destinasyonda arka bölgeyi temsil etme iddiasında olan bazı -deyim yerindeyse- “vitrinler” ya da “maketler” oluştururlar. Buna ise “ön bölge” denilmektedir. (Otellerdeki “Şark köşesi” bunun en çarpıcı örneklerinden birisidir.) Ön bölge, arka bölgeyi ne kadar güçlü bir şekilde temsil ediyorsa, turistik seyahatin amacına o kadar etkin bir biçimde ulaşacağı söylenebilir.

Bir eko-köyün bizzat kendisi, arka bölgeyi iyi bir şekilde temsil eden tipik bir “ön bölge” sayılabilir. Ama acaba gerçekte bu ön bölge, arka bölgeyi ne kadar iyi temsil etmektedir? Çok mükemmel şekilde temsil etmekte midir? yine acaba, ekoturizmde turistlerce arzulanan destekleyici deneyimin dozu kitle turizmindekine nazaran önemli ölçüde düşük müdür? Kendi kendimize bu soruları sorduğumuzu varsayalım. Verilecek cevapların “olumlu” olması, “ekoturizmin bağımsızlığı” tezine



destek vermemiz anlamına gelir. Nitekim anket ve işletme görüşmesinde bu hususlar da sorgulanmaya çalışılmıştır.

Turistik talep genel açıdan, fiyat karşısında elastik olarak bilinen bir talep türüdür. Bunun anlamı, “genel olarak” turistik seyahat pahalılaşırsa, tüketicilerin turistik seyahate çıkmaktan çok kolaylıkla vazgeçebilmesidir. Bu olgu herhangi bir destinasyona yönelik turistik talep açısından da geçerlidir. Bunun anlamı ise, turizm genel olarak daha pahalı hale gelmemiş olsa bile, belirli bir destinasyona gitmek daha pahalı hale gelmişse, turistin o destinasyona gitmekten kolayca vazgeçerek başka destinasyonlara yönelebilmesidir.

Turistin gitmeyi düşündüğü bir “ekoturizm” destinasyonunda fiyatlar yükseldiğinde, turist başka bir “ekoturizm” destinasyonuna yönelebilir; benzer şekilde, turistin gitmeyi düşündüğü bir “deniz-kum- güneş” destinasyonunda fiyatlar yükseldiğinde de, turist başka bir “deniz-kum- güneş” destinasyonuna yönelebilir.

Fakat acaba deniz-kum- güneş destinasyonlarının hiçbirinde fiyatlar değişmezken, ekoturizm destinasyonlarının tümünde fiyatlar yükselmişse, bir ekoturizm destinasyonuna gitmeyi düşünen bir tüketici, buradan ne kadar kolayca vazgeçip de bir deniz-kum- güneş destinasyonuna gitmeye karar verebilmektedir? Bu karar, düşünülen bir ekoturizm destinasyonu yerine başka bir ekoturizm destinasyonuna gitmeye karar vermek kadar kolay mıdır? Çalışmamızda bu husus da özellikle merak edilmiştir ve ankete katılan eko-köy müşterilerine bunu anlamaya yönelik iki adet basit soru (13. Ve 14. sorular) sorulmuştur. (Bu tür soruları herhangi birisine değil, ekoturizme fiilen katılmış olanlara sormak kanımızca önemlidir.) Vazgeçme kolaylığı dereceleri arasında bir farklılık saptanmaması halinde, bu durum -deyim yerindeyse- turizm denilince aklına ekoturizm gelen, ekoturizme “sıkı sıkıya yapışık” olan “özel bir ekoturist grubu” nun bulunmadığı anlamına gelir. Böylece bir anlamda, “ekoturizmin bağımsızlığı” tezi de zayıflamış olur.

Dördüncü Bölüm’de, anket ve işletme görüşmesi uygulamalarına yer verdik. Bunların sonuçları üzerinde ilgili bölümde ayrıntılı olarak durmuş olmakla birlikte, burada da özellikle çarpıcı noktalarla sınırlı olmak kaydıyla özet niteliğinde bazı yorumlar yapmamız uygun olacaktır.

Dördüncü Bölüm bulguları ekoturizmin kitle turizminden nispî bir bağımsızlığının bulunduğunu göstermektedir.

**Ekoturizmin bağımsızlığını destekleyen bulgular şunlardır:**

a) Kitle turizmine damgasını vuran unsurlardan birisi tur operatörleridir. Oysa Eko-köye gelen müşterilerin tümü, bireysel olarak seyahate çıkanlardan oluşmaktadır. Bu husus işletme yöneticisi tarafından da teyit edilmiştir.

b) Deneklerin ezici bir çoğunluğu bölgeye kısmen başka tür tesislerde (mesela sahildeki otellerde), kısmen de sözkonusu eko-köyde konaklama yapmak şeklinde değil, sadece sözkonusu eko-köyde konaklama yapmak şeklinde gelmişlerdir. Yani eko-köyde konaklama, daha geniş kapsamlı bir tatil programının küçük bir parçası değildir. Üstelik -hemen hemen tümü yurtiçinden gelmekle birlikte- bölgeye çok yakın yerlerden gelmemişlerdir. Hatta bunların içerisinde Kuşadası, vb.. yerler gibi, deniz-kum-güneş destinasyonu sakinleri dahi bulunmaktadır. Bunun yanısıra, işletmedeki ortalama kalış süreleri de oldukça uzun sayılabilecek bir süredir. Bu olgu aynı zamanda, bölgeye genellikle sırf bu işletmede konaklamak şeklinde geliniyor olmasıyla da uyumlu olan bir olgudur.

c) Şüphesiz ki, destekleyici deneyim (evdeki konfora benzer konfor) imkânları, kitle turizmine nazaran ekoturizm işletmelerinde daha azdır. Pastoral Vadi yöneticisinin beyanları da bunu teyit edici niteliktedir. İşletmeye ilk defa gelmeyen denekler, destekleyici deneyimi “minimum” sayılabilecek ölçüde önemsemektedirler. (Zaten birden fazla gelmeleri de bununla ilişkili olabilir.) İlk defa gelenlerin destekleyici deneyime verdikleri önem, ilk defa gelmeyenlere kıyasla anlamlı ölçüde yüksek olmakla birlikte, böyle bir kıyaslama yapılmadığında bile kanımızca yine de düşük sayılabilecek bir düzeydedir. Elbette ki, daha sağlıklı bir sonuca varmak için bu verileri kitle turistlerinin destekleyici deneyime verdikleri önemle karşılaştırmanın gerekliliğini yadsıyamayız. Fakat bu, çalışmamızın sınırlarını aşmaktadır.

d) Eko-köye gelmiş bulunan (yani ekoturizmi seçmiş bulunan) denekler, tatil planlarını yaparlarken ekoturizmin maliyeti ile deniz-kum-güneş turizminin maliyeti arasında karşılaştırma yapmaya daha az önem verdiklerini, ekoturizm destinasyonlarının kendi aralarındaki maliyet karşılaştırmasına ise bundan daha fazla önem verdiklerini ifade etmişlerdir.

**Ekoturizmin bağımsızlığını desteklemeyen bulgular ise şunlardır:**

a) Deneklerin büyük bir çoğunluğu, bölgeye sırf Pastoral Vadi’de konaklamak şeklinde gelmiş olmalarına rağmen, denekler genellikle bölge genelinde

başka tür turistik çekiciliklerin bulunmasının da buraya gelişlerinde rol oynadığını beyan etmişlerdir. Başka tür turizm çeşitlerinin de varlığının oynadığı role verilen puanların ortalaması, yüksek sayılabilecek bir düzeydedir. Bölgeye sırf Pastoral Vadi’de kalmak şeklinde gelmeyenlerin bu ortalamanın yüksek çıkmasına önemli bir katkılarının bulunmadığı da hesaplanmıştır.

Bunun açıklaması, konaklama esas olarak Pastoral Vadi’de yapılmakla birlikte, kimi zaman bölgedeki diğer turistik aktivitelerden de -istenildiği takdirde- gününbirlik olarak yararlanılabilmemesinin imkan dahilinde olduğu gerçeğidir. Bu husus, işletmeciyile yapılan görüşmede de teyit edilmiştir. Elbette bunun mümkün olabilmesi için eko-köyün yakınlarda kitle turizminin de bulunduğu (ki, bölgede başka tür turistik aktivitelerin bulunabilmesi biraz da buna bağlıdır.) bir coğrafi konumda olması gerekir. Zaten araştırmanın yapıldığı işletmenin konumu da budur. Bu husus işletme görüşmesinde de teyit edilmektedir. Ayrıca, başka turistik imkânlardan yararlanılabilmemesi için ortalama kalış süresinin de buna imkân verecek ölçüde uzun olması gerekir ve belki de deneklerin işletmede uzunca bir süre kalmasında böyle bir düşünce de rol oynamış olabilir.

Bu durum, kümelenme teorisi (özellikle talep yönlü kümelenme) tarafından da desteklenen bir durumdur. İlgili bölümde de belirtildiği gibi, turistin bölgeye başka bir şey için gelmişken, ilave olarak -sözgelimi- denizde bir tekne gezintisine de çıkması, sırf tekne gezintisi için memleketinden kalkıp gelmesine nazaran çok daha ekonomiktir. Bu da tekne işletmecilerinin yaşayabilmesinin sebeplerinden birisini oluşturur. Fakat bu araştırmamızda, kümelenmenin bir başka yararı daha ortaya çıkmış olmaktadır. Denekler, bölgeye gelişlerinde bölgedeki turistik çeşitliliğin de rol oynadığını belirtmişlerdir. Aslında açıktır ki, seyahatleri süresinde bölgedeki turistik imkânların tümünden yararlanıp yararlanmayacakları, hepsine vakit ayırıp ayırmayacakları, seyahatin başlangıcında belli değildir. Özellikle de asıl geliş amaçları “Pastoral Vadi” iken... Buna rağmen, demek ki, bölgedeki genel turistik çekicilik ve çeşitlilik, Pastoral Vadi için gelenler açısından bile ayrıca bir turistik çekicilik oluşturabilmektedir. Bu aslında, kümelenmenin Pastoral Vadi işletmesine doğrudan doğruya sağladığı bir yarardır ve bu işletmenin niçin kitle turizmine yakın bir konumda kurulduğunu da bir anlamda açıklamaktadır. Zaten işletmeci de, bölgenin genel çekiciliklerinin eko-köyü daha çekici kılan bir etken olduğunu -verdiği ayrıntılı örneklerle- vurgulamaktadır.

b) Denekler Pastoral Vadi’de bulunmalarının yerli halkla temas edip onu tanıyabilmelerine sebep olması olgusuna çok yüksek puanlar vermemişlerdir. Bunun yanısıra işletme görüşmesinde, işletmeci ziyaretçilerin işletmede katıldıkları kırsal aktivitelerin, bu işletmenin yakın çevresinde yaşayan yerel halkın günlük işleriyle bir benzerlik içermediğini beyan etmiştir. Eğer bu işletmeyi bir çeşit “ön bölge” olarak ele alırsak, bu durum, bu ön bölgenin arka bölgeyi çok mükemmel şekilde temsil etmediğini (yine de kitle turizmindekine nazaran daha iyi temsil ediyor olabilir.) ve turistlerin arka bölgeyle bir çeşit buluşma noktası olma görevini çok iyi bir şekilde icra edemediğini göstermektedir.

Yukarıdaki sapmalarımızın tümünü birden göz önüne alırsak, **sonuç olarak diyebiliriz ki, ekoturizmin kitle turizminden “nisbî” bir bağımsızlığı bulunmaktadır. Fakat bu bağımsızlık çok uç ölçülerde değildir.**

Burada özellikle işletme görüşmesinde saptadığımız bir ikilem’e dikkat çekmeden de geçemeyiz. Eko-köyün kitle turizmine yakın bir konumda bulunmasının eko-köy ve ekoturizm için avantajlarından söz ettik. Fakat işletmeci, yoldan geçen günübirlik ziyaretçilerin işletmenin kalitesini -herhalde buraya uğramak suretiyle- düşürdüğünden şikayetçidir. Hatta bu nedenle, eko-köye gelen yollar üzerine tanıtıcı ve yönlendirici tabelalar koymayı uygun bulmadığını belirtmiştir. Aslında günübirlik ziyaretçi bolluğu, bölgede kitle turizminin de bulunmasının bir sonucudur ve kitle turizminin varlığının ise gerek bölge açısından, gerekse eko-köy açısından bir çekicilik oluşturabildiğini açıkladık.

Genelleştirirsek, aynı bölgede kitle turizminin de bulunması, ekoturizm işletmelerinin çevresine ve ortamına biraz zarar verici olmakla birlikte, ekoturizme olan yararlarının da yadsınamayacağını söyleyebiliriz.

Bu ikilemden yola çıkılarak üretilebilecek bazı politika önerileri var mıdır? Bunlar acaba neler olabilir? Bu, herhalde üzerinde durulmaya değer bir husustur. Fakat yine de, çalışmamızın sınırları açısından, bunun başka bir çalışmanın konusu olması gerektiği düşüncesindeyiz.

## KAYNAKÇA

- Acar S ve Güneş B. (2017). *Sihirli Bir Araç Olarak Endüstriyel Kümelenmeler*. Mülkiye Dergisi, 41 (2), 99-122.
- Altan, Ş. (2006). *Türkiye’de Ekoturizm Uygulamaları Ve Ekonomiye Katkıları*. Niğde: Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Baka ( Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı) (2012), *Ekoturizm Sektör Raporu*.
- Binoy, T.A. ,*Ecotourism And Environmental Sustainability- An Evaluative Study On Kuruva Island In Wayanad, Kerala* ,Atna-Journal Of Tourism Studies 2017, Vol. 12, No. 1, 65-83 Issn 0975-3281|<https://doi.org/10.12727/Ajts.17.5>.
- Bozkurtoğlu, S. (2013). *Kümelenme Modeli Ve Türkiye’deki Kümelenme Çalışmaları*, İzmir Ticaret Odası.
- Çağlar, E.(2008), “*Kümelenmeler ve Rekabet Gücü*”, TEPAV, [http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1255437510r3578.Kumelenmeler\\_ve\\_Rekabet\\_G\\_u.cu.pdf](http://www.tepav.org.tr/upload/files/haber/1255437510r3578.Kumelenmeler_ve_Rekabet_G_u.cu.pdf), (E.T: 28.02.2011).
- Çalışkan, O.(2013). *Destinasyon Rekabetçiliği Ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik*, Journal Of Tourism And Gatronomy Studies 1/2, 39-51.
- Çelik, S. (2015). *Kastamonu’daki Bazı Potansiyel Ekoturizm Alanlarının Farklı Yaşlardaki Kullanıcılar Tarafından Değerlendirilmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu.
- Çelik, A. Ve Oral, S. (2013). *Türkiye’yi Ziyaret Eden Turistlerin Estetik Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma*, İşletme Araştırmaları Dergisi,5/4,170-190.
- Chandralal, L.(2015). *Memorable Tourism Experiences: Scale Development*, Contemporary Management Research Pages 291-310, Vol. 11, No. 3, September 2015 doi:10.7903/cmr.13822.
- Demir, C. Ve Çevirgen, A. (2006). *Ekoturizm Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Dinler, Z. (1978) *Bölgesel İktisat*. Bursa İ.T.İ.A. Yayını. Bursa.
- Dinler, Z. (2016), *Mikroekonomi*, Ekin Basım Yayın Dağıtım, 77- 151.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Ankara: Detay Yayınları.
- Dora A., Patrícia O. D. V. Júlio D. C. M. (2012). *Sensory Marketing and Tourist Experiences Marketing*, Discussion Papers - Spatial And Organizational Dynamics, Number 10.
- Eagles, P. F. J. (1992). *The Travel Motivations Of Canadian Ecotourists*, Journal Of Travel Research, 31:3.

- Eraslan,H.,Bulu, M. ve Bakan,İ. (2008) *Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar*, 5. Cilt, 3. Sayı.
- Erdoğan, N.(2015); *Ecotourism: Conceptual And Critical Approaches*, Research Texts, Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Ersoy, B. (2017). *Urla Ekoturizm Potansiyelinde Bademler Köyü*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Ersun,N. Ve Arslan, K. (2011). *Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Temel Unsurlar ve Pazarlama Stratejileri*, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 31. Cilt, Sayı 2, S. 229-248.
- Fennell, D. (2005); *Ecotourism*, Second Edition, Usa-Canada, Routledge,P:25.
- Göçen, S. (2013).*Turizm Sektöründe Kümelenmenin Rekabetçi Avantaj Açısından Katkılarının Belirlenmesi: Antalya Turizm Bölgesi Örneği*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Isparta.
- Gökdeniz, A. (2015). *Turizmde Kümelenme ve Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkileri (Ayvalık'ta Kümelenme Potansiyeli ve AYTUGEB Örneği)*, International Journal of Social and Economic Sciences 5 (1): 37-48, ISSN: 1307-1149, E-ISSN: 2146-0086, [www.nobel.gen.tr](http://www.nobel.gen.tr), Erişim tarihi:1.9.2018.
- Güleç, E. (2016). *Kullanım Ve Doyumlar Yaklaşımının Sosyal Medya Kullanım Niyeti ve Turistik Deneyim Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi*, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- Güngör, S. (2017). *Buca Kaynaklar Ekoturizm Potansiyeli*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Gürbüz, A. K. (1998) *Turizmin Ekonomik Analizi*. Balıkesir :Alem Basın Yayın.
- Güripek, E. (2013).*Turizm Destinasyonlarının Rekabet Gücünün Artırılmasında Stratejik Destinasyon Yönetimi: Çeşme Alaçatı Destinasyonu Üzerine Bir Uygulama*, Doktora Tezi,İzmir.
- Harman, S. ve Akgündüz, Y.(2014). *Efes Örenyeri Ziyaretçilerinin Müze Deneyimi Beklentilerini Belirlemeye Dönük Bir Araştırma*. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16/2 ,113-133
- Haznedar, H. A. (2016). *Ekoturizm Ve Eko-girişimcilik Potansiyelinin Ortaya Konmasına Yönelik Bir Araştırma: Nazarköy Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Higham, J. (2008); *Critical Issues In Ecotourism*, Uk: Elseiver Ltd.
- Honey, M. (1999); *Ecotourism And Sustainable Development– Who Owns Paradise?*,Second Edition, Washington-Covelo-London, Island Pres.
- İlban, M.O. Ve Güleç, E. (2017). *Sosyal Medya Kullanma Motivasyonlarının Turistik Deneyim Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi*, Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Özel Sayı 1, 2017, 35-49.

- Kamacı, S. (2015). *Hakkâri İlinde Ekoturizm Olanaklarının Araştırılması*, Yüksek Lisans Tezi, Van.
- Kartal, G. (2013) *Bölgesel Kalkınmada Kümelenme: Türkiye’de Turizm Kümelenmesi (2000-2012)*. Yüksek Lisans Tezi. Danışman. Prof. Dr. Erdinç Tutar. Niğde Üniversitesi İktisat ABD, Niğde.
- Kasalak, M. A. (2014). *Ekoturizm Girişimcilerinin İnovasyona Yatkinliğinin Ölçülmesi: Muğla Yöresinde Yer Alan Ekolojik Oteller Kapsamında Bir Alan Araştırması*, Doktora Tezi, Konya.
- Khabbazi, A. P. ve Yazgan, M. E. (2012). *Kırsal Peyzaj ve Ekoturizm*. Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi,2(2), 5-9.
- Kiper, T. (2013). *Role of Ecotourism in Sustainable Development*, Creative Commons Attribution License.
- Kozak, N., Kozak, Merve ve Kozak, Metin. (2017) *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. 19. Baskı. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kulakova, N. (2014). *Business clusters formation in Latvia*, Procedia - Social and Behavioral Sciences 110, 174 – 181, Latvia.
- Kuşat, N. (2011). *Küreselleşen Dünyada Turizm Sektörü: Bilgi İletişim Teknolojileri Ve Rekabet Gücü*. Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, Cilt 3 - Sayı 5, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Kuşat, N. (2010). *Kobi’ler İçin Kümelenmelerin Önemi Ve Turizm Sektörü İçin Kümelenmelerin Uygunluğunun Araştırılması* Alanya İşletme Fakültesi Dergisi 2/2,115-138, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu.
- Kuter,N. Ve Ünal, H.E. (2009). *Sürdürülebilirlik Kapsamında Ekoturizmin Çevresel, Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri*, Kastamonu Üni., Orman Fakültesi Dergisi, 9 (2): 146-156
- Kutlu, M. (2009) *Turistik Motivasyonlar Hakkında bir İnceleme: Antik Yunan Kültürü ve Türkiye Turizmi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ABD.
- Oh, H., Fiore, A. M., and Jeoung, M. (2007) Measuring Experience Economy Concepts: Tourism Applications. Journal of Travel Research, 46(2): 119-132.
- Özkök, F.G. ve Çoban, Ö. (2009). *Ekoturizm mi Ekoterörizm mi?* 591–602. 10. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı. 21–24 Ekim. Mersin. Ankara:Detay Yayıncılık.
- Pırnar,İ. (2013). *Turizm Sektöründe Kümelenme*. <http://www.gozlemgazetesi.com/HaberDetay/251/14399/turizm-sektorunde-kumeleme.html> Erişim tarihi: 15.08.2018.
- Pine, J. B., Gilmore, J. H. (1998) Welcome to the experience economy. Harvard Business Review 76(4): 97-105.

Polat, A. T. (2008). *Karapınar İlçesi ve Yakın Çevresi Peyzaj Özelliklerinin Ekoturizm Kullanımları Yönünden Değerlendirilmesi Üzerine Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Taşdemir, S. (2016). *Sürdürülebilir Ekoturizm Uygulamaları Ve Potansiyel Belirlemeye Yönelik Geri Dönüşüm Ve Çevre Yönetim Stratejileri: İzmir Karaburun Örneği*, Yüksek Lisans Tezi, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Tetik, N. (2012); *Turist Rehberlerinin Ekoturizm Alanındaki Yeterlilikleri: Doğu Karadeniz Örneği*, Doktora Tezi, Balıkesir.

Tetik, N. Ve Erdem, B. (2013). *A New Trend In The Hotel Industry: Ecology*. Studia Ubb Geographia, LVIII, 1. S.85-92

Türofed, *Turizm 2017 Raporu*. [http://dosya.turizmuncel.com/2017\\_rapor.pdf](http://dosya.turizmuncel.com/2017_rapor.pdf)

Wahab, S. (1979). *Tourism Management*. Tourism International Press. London.

Weaver, D., *ECOTOURISM*, Singapore: Craft Print International Ltd, 2001, p. 3.

Yılmaz, H., (2008), *Turizmin Çeşitlenmesi Kapsamında Ekoturizmin Ürünü Olarak Tatil Çiftlikleri: Türkiye'deki Tatil Çiftliklerine Yönelik Swot Analizi*, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Doktora Tezi, Afyon.

Yılmaz, T., (2017). *Sektörel Kümeleme Bağlamında Turizm Kümeleme: Nevşehir Üzerine Bir Durum Değerlendirmesi*, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir.

*Ekoturizmin çeşitleri*, <http://egeekoturizm.org/ekoturizmin-cesitleri/> (27.3.2018)

Yaylı, A. Ve Sürücü, Ö. (2016). *Özel İlgi Turizmi*, Ankara: Detay Yayıncılık.

Yavuz, M. (2011); *Afyonkarahisar-Sandıklı İlçesi Akdağ Tabiat Parkı'nın Ekoturizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi*, Afyon Kocatepe Üniversitesi ,*Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ve Otelcilik Anabilim Dalı*, Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar.

*Yamaç Paraşütü*, [www.yamacparasutu.net](http://www.yamacparasutu.net), 30.3.2018)

*Eco-Tourism: Better For The Planet, Better For You*, <http://www.eco-business.com/news/eco-tourism-better-for-the-planet-better-for-you/>, 30.3.2018.

Zhang, J. (2009). *Brand Experiential Value Scales for Limited-Service Hotels*. Doktora Tezi, Purdue University, West Lafayette, Indiana.

Zorlu, K. (2014). *Aksaray-Ihlara Vadisi'nde Ekoturizm*, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Samsun.

*WTO, 2016 Yıllık Raporu*, <http://www2.unwto.org/>, Erişim tarihi: 22.03.2018.



*Türkiye'deki Eko-Çiftlikler*, <http://www.tatuta.org/?lang=tr&> , Erişim Tarihi: 02.09.2018.

Destinasyon, [www.tdk.gov.tr](http://www.tdk.gov.tr) , Erişim tarihi:1.9.2018.

*Industry Clusters and Economic Development*,  
<http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2015/spring/article2.html>, Erişim  
tarihi:07.08.2018

*Arz Talep Esneklikleri*, <https://ekonomihukuk.com/mikro-iktisat/arz-talep-esneklikleri/>, Erişim  
tarihi:13.12.2018.